

**ANÁLISIS DE IMPACTOS GENERADOS POR EL TURISMO DE BIENESTAR
A NIVEL SOCIO-CULTURAL. CASO: RIVIERA NAYARIT, MÉXICO**

Misión Académica Internacional

Ivonne Estefanny Bermúdez Cárdenas

María Paula López Ortiz

Karen Julieth Ramos Méndez

Directora

Marcia Ivonne Lara Silva

Fundación Universitaria Los Libertadores

Facultad de Ciencias Administrativas

Programa Administración Turística y Hotelera

Bogotá, Noviembre de 2015

Tabla de contenido

	Pag.
1. Resumen	4
2. Problema de investigación.....	6
3. Justificación.....	6
4. Objetivo general.....	8
4.1 Objetivos específicos.....	8
5. Metodología.....	8
6. Marco Teórico-Conceptual.....	9
7. Antecedentes.....	12
8. Marco geográfico.....	17
9. Impacto sociocultural en los países con mayor nivel en desarrollo de prácticas de turismo de bienestar.....	22
9.1 Generación de empleo en los países con mayor participación en turismo de bienestar.....	23
9.2 Alianzas estratégicas en el turismo de bienestar.....	28
9.3 Educación y turismo de bienestar.....	30
9.4 Tipos de turistas.....	31
10. Actividades del turismo de bienestar en la Riviera Nayarit.....	32
10.1 Los spas.....	33
10.2 La talasoterapia.....	35
10.3 Los termales.....	36
11. El turismo de bienestar y su impacto socio-cultural en la Riviera Nayarit.....	37
11.1 Tipos de turistas.....	38
11.2 Planta turística e infraestructura.....	40

11.3	Grado de desarrollo turístico.....	40
11.4	Condiciones socioculturales.....	41
11.5	Condiciones económicas de la región.....	43
12.	Hallazgos.....	52
12.1	Educación.....	53
12.2	Planta turística.....	55
12.3	Comunidad.....	55
12.4	Empresarios.....	56
13	Conclusiones.....	57
14	Referencias bibliográficas.....	62
15	Glosario.....	72
16	Anexos.....	74

Resumen

En el presente trabajo de investigación, se identifica la forma en que se desarrolla el turismo de bienestar en diferentes puntos geográficos alrededor del mundo y la manera en que esta misma actividad se lleva a cabo en el reconocido destino turístico mexicano denominado Riviera Nayarit, con el fin de identificar los impactos que genera el turismo de bienestar en la sociedad.

Para lograr lo anterior, se realiza una búsqueda de información que permita conocer cómo surgieron las diferentes actividades que se desarrollan en torno al turismo de bienestar y cómo han venido evolucionando con el pasar del tiempo hasta llegar a las prácticas modernas de bienestar tanto en Riviera Nayarit, México como alrededor del mundo.

Sin embargo, durante el desarrollo de la investigación se evidenció la falta de documentación que permitiera observar el comportamiento de la actividad turística en los últimos cuatro años en Riviera Nayarit. A pesar de ello y gracias al trabajo de campo realizado por el grupo investigador, se obtuvo información acerca de los impactos a nivel sociocultural que repercuten directamente en la población del estado de Nayarit.

Palabras clave: Turismo de bienestar, impactos, cultura, desarrollo, destino turístico, actividad turística

Abstract

In this research, a broad comparison is made between how wellness tourism has been developed around the world and the way this same activity is carried out in the renowned tourist destination known as the Mexican Riviera Nayarit in order to identify what kind of impacts wellness tourism has made in the local society. To achieve this, a search for information is made to determine how the different activities taking place around wellness tourism came from, how they have been evolving over time and reached modern practices at Riviera Nayarit and around the world. However, during the course of the investigation, the lack of documentation that would observe the behavior of the tourist activity in the last four years in Riviera Nayarit was evident. No matter that and thanks to the fieldwork conducted by the research group quality information about the impacts in cultural level that directly affect the population at the Nayarit state was obtained.

Keywords: wellness tourism, impacts, culture, development, destination, tourismouristic destination,touristic activities.

ANÁLISIS DE IMPACTOS GENERADOS POR EL TURISMO DE BIENESTAR. CASO: RIVIERA NAYARIT, MÉXICO

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En regiones como la Riviera Nayarit, donde la actividad turística ha crecido de manera importante en los últimos años, se hacen visibles los impactos generados en el territorio y su entorno, debido al desarrollo de las operaciones turística y de apoyo, de esta forma es importante evidenciar cuáles de estos impactos han sido benéficos y cuáles de ellos han sido negativos, con el ánimo de tener datos e información suficiente para que las personas que consulten este documento puedan generar estrategias que ayuden a mitigar los impactos negativos y fortalecer los impactos positivos.

Lamentablemente, la documentación actual que se encuentra sobre el análisis de los impactos generados por el turismo de bienestar en la Riviera Nayarit son escasos, por esta razón, en la siguiente investigación se pretenden analizar los impactos tanto positivos como negativos a nivel socio cultural, que genera el desarrollo del turismo de bienestar en la Riviera Nayarit, teniendo en cuenta que este es el destino donde se ha desarrollado con más fuerza este tipo de turismo en Latinoamérica.

Con lo anterior, se plantea la siguiente pregunta de investigación, con el fin de ser resuelta con el desarrollo de este proyecto: ¿Qué impactos socioculturales genera el turismo de bienestar en la Riviera Nayarit?

3. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad, con los cambios de las rutinas y la vida diaria de los seres humanos surgen nuevas necesidades y motivaciones en las personas para lograr bienestar, tranquilidad y relajación. Los altos índices de estrés que la gente maneja, como es el caso de México, donde se dan 75 mil infartos al año, de los cuales 25% son vinculados a enfermedades desatadas por la presión laboral, (informador.mx, 2015) también la

vanidad y la necesidad de cambios, entre otros, (Moreno & Coronado, 2007) alientan la búsqueda constante de nuevas y diferentes alternativas de descanso y relajación que superen la expectativa con calidad de vida del hombre moderno.

En esta búsqueda, se observa cómo cada vez, hay más desplazamientos entre lugares o destinos, con el fin de buscar o generar actividades que brinden bienestar y tranquilidad al individuo. Es así, como nace el turismo de bienestar, una tipología del turismo de salud que le da tratamiento y prioridad al bienestar del ser y la mente.

El turismo de bienestar, al igual que cualquier otra tipología de turismo, ocasiona impactos en la sociedad, la economía y el ambiente; por ejemplo en América Latina y el Caribe de habla inglesa el turismo de salud y bienestar ha contribuido a la generación de empleo y al aumento de los ingresos de los países donde se desarrolla la actividad turística. (Bolis, 2001)

Con el fin de reconocer, analizar e interpretar los impactos generados por el turismo de bienestar en la Riviera Nayarit, se propone un trabajo de investigación que permita descubrir qué impactos se han generado en los países del mundo donde hay un desarrollo significativo del turismo de bienestar y como la comunidad aprovecha los insumos que tiene para realizar dicha actividad y lucrarse con ella, tomando como ejemplo países de Europa y Asia donde el turismo de bienestar ha incrementado de manera evidente.

Este análisis toma como referencia aquellas geografías en donde las características geotérmicas, hayan permitido proponer el uso de fuentes de aguas manantiales y termales como opción para la oferta de productos de bienestar, dirigidos a aquellas personas que se desplazan en búsqueda de relajación y cuidado del ser y la mente.

La siguiente investigación surge cuando se observa que la agitada vida y el aumento de estrés en los individuos generan quebrantos de salud, que pueden llevar a las personas a tomar acción sobre el cuidado y bienestar de su ser; esta búsqueda origina

la movilización de los individuos interesados en alternativas de origen natural que les proporcionen tranquilidad y descanso.

4. OBJETIVO GENERAL

Analizar los impactos positivos y negativos a nivel sociocultural, que se generan con el desarrollo del turismo de bienestar en la Riviera de Nayarit.

4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar los impactos a nivel sociocultural, que la actividad del turismo de bienestar ha originado en los países con mayor desarrollo de esta tipología de turismo, a través de revisión bibliográfica, con el fin de encontrar criterios de análisis.
2. Identificar las diferentes actividades que brinda la Riviera Nayarit alrededor del Turismo de Bienestar, a través de revisión bibliográfica y aplicación de instrumentos de investigación.
3. Analizar los impactos a nivel sociocultural que genera el Turismo de Bienestar en la población local de la Riviera de Nayarit, tomando como referencia los países del mundo con turismo de bienestar estudiados en el objetivo 1.

5. METODOLOGÍA

Este trabajo de investigación tiene como fase metodológica la siguiente:

1. Cualitativo-Explicativo. Con el fin de caracterizar, fenómenos socioculturales que se generan con el desarrollo de la actividad turística de bienestar en el mundo
2. Analítico sintético. Finalmente se estudiarán los hechos y datos recopilados, con el fin de llegar a una síntesis integral de información sobre el tema expuesto en el caso de la Riviera Nayarit.

6. MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL

El turismo, se define como el desplazamiento que realizan las personas a destinos que se encuentran fuera de su lugar de residencia, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios, entre otros (Organización Mundial de Turismo, OMT, 2008); pero cuando el principal motivo de estos desplazamientos es realizar actividades que otorgan mejoramiento a la salud y un estado de equilibrio de cuerpo, mente y espíritu se le denomina turismo de bienestar, donde sus principales actividades se realizan en un establecimiento especializado que cuenta con equipamientos, servicios y personal específicos y la demanda está formada por personas que disfrutan de buena salud, pero que por el ajetreo de su ritmo de vida necesitan dedicar un tiempo a cuidarse y relajarse.(Escuela de organización industrial de España,2013)

El turismo de bienestar, lleva consigo diferentes actividades que propenden por el bienestar y la relajación del cuerpo y la mente. Entre ellas se encuentra el disfrute de los spas, que son establecimientos dotados de instalaciones apropiadas, en donde las personas son sometidas a tratamientos medicinales o de relajación a través del agua (Torres, 2003). Otra actividad importante es la talasoterapia, que consiste en el uso del agua de mar o de diferentes elementos del medio marino, específicamente con fines preventivos y curativos. También se encuentran los tratamientos donde el barro o arcilla el componente principal los cuales tienen muchas sales minerales que son vitales para el buen funcionamiento del organismo. (Rossi,2010)

Junto con estas actividades, también se encuentra el termalismo, la cual es una actividad terapéutica realizada con aguas minerales, provenientes de capas subterráneas de modo espontáneo y que se encuentran a temperaturas muy altas. Estas aguas ricas en minerales, además de cumplir efectos rejuvenecedores y relajantes en la piel y del organismo humano en general, también son un método de sanación para algunas complicaciones de la salud (Gilbert, 2001).

Dentro de la gran variedad de actividades que se realizan en búsqueda del bienestar corporal de las personas, es significativo hablar de la importancia de términos como baños turcos o “hammams”, que son espacios cerrados de aire caliente, sus principales beneficios son la eliminación de toxinas y grasas, la mejora de la circulación sanguínea, y la relajación del cuerpo para combatir el estrés acumulado (Alfaro, 2010)

De igual modo se encuentran prácticas modernas como las envolturas corporales que se constituyen en un método que se utiliza principalmente en spas y que tienen como fin mejorar el estado de la piel y músculos. Estas envolturas están hechas principalmente con algas, hierbas y barro que se aplican en distintas zonas del cuerpo, logrando resultados como suavizar, nutrir y reafirmar la piel (Camargo, 2011).

Todas estas actividades fueron ideadas con el principal objetivo de contrarrestar los problemas que causa la cotidianidad y el trabajo rutinario a la salud y bienestar de las personas, por ejemplo el exceso de estrés, que es el cansancio mental provocado por la exigencia de un rendimiento muy superior al normal (Echezuria, 2012), y que según la Agencia Europea para la Seguridad y la Salud para el Trabajo, produce efectos negativos emocionales, cognitivos, de conducta y fisiológicos como dolores de espalda, debilitamiento del sistema inmunológico, úlceras, hipertensión entre otros (Sedlatschek, 2011).

Sin embargo como toda actividad turística, el turismo de bienestar también genera impactos en su entorno, teniendo como definición de impacto: los efectos a mediano y largo plazo que generan los proyectos o programas que se desarrollan en un sector y que repercuten en la población objetivo y el entorno, y pueden ser efectos o consecuencias deseadas (planificadas) o no deseadas. (Bello. R., 2009)

Los impactos que se generan en el desarrollo de un proyecto o actividad se pueden tipificar de la siguiente manera:

El rompimiento de la barrera cultural al conocer otras sociedades, sus formas de vida y sus costumbres lo cual enriquece el nivel de conocimiento tanto del turista como del residente, también un deseo de mejora en la calidad de vida de los grupos familiares o individuales que se desenvuelven en ese entorno.

De igual forma se evidencian impactos negativos como la denominada aculturación, que es la pérdida de la cultura propia, a causa de la alta afluencia de turistas que llegan al lugar con costumbres y culturas diferentes y estas se mezclan con las de los nativos y se va perdiendo la identidad cultural propia en este caso de la Riviera Nayarit. (Salida de campo, 2014).

En el presente trabajo se han desarrollado diversas variables que se encuentran inmersas a nivel sociocultural y que afectan de manera directa a la población Nayarita dentro de ellas se encuentra la generación de empleo el cual es un elemento clave en la sociedad para la superación de la pobreza, para lograr el desarrollo y la inclusión social y asimismo beneficiar principalmente a los residentes de Riviera Nayarit. De igual forma, la educación juega un papel muy importante porque es necesario que los aspirantes a empleo en el área de bienestar sea personal capacitado, y es así como el turismo de bienestar ha generado en los habitantes un deseo de ampliar sus conocimientos con el fin de obtener mejores empleos y mejorar su calidad de vida.

Un aspecto muy importante también es el tipo de turistas, que corresponde a la diversidad de personas provenientes de otras ciudades y países que ingresan al destino turístico en busca de conocer la cultura, gastronomía, atractivos y todo lo que el destino ofrece incluido por supuesto el turismo de bienestar.

Adicionalmente es mencionada una importante variable que es el grado de desarrollo turístico que hace referencia a la provisión y el mejoramiento continuo de las instalaciones y servicios que se requieren para satisfacer las necesidades del turista. (Pearce, 1991). Junto con las variables anteriormente mencionadas se tienen en cuenta también las condiciones económicas, que representan el aporte que ha realizado el

turismo de bienestar para el desarrollo económico del estado de Nayarit. Y así mismo las condiciones socioculturales que son de suprema importancia debido a los cambios que este tipo de turismo ha generado a nivel social y cultural a raíz de la alta afluencia de turistas que constantemente llegan y causan un gran impacto para la comunidad Nayarita.

7. ANTECEDENTES

Para darle base a la investigación, es prudente conocer los sucesos que antecedieron a las prácticas y actividades que se desarrollaron alrededor del turismo de bienestar, o lo que fue su aparición en países y culturas que vieron en los recursos que la naturaleza ofrecía la oportunidad de aprovechar estos beneficios para la salud.

Las prácticas más antiguas que dieron las bases para lo que se conoce hoy en día como Turismo de Salud tuvieron sus inicios en el año 5000 a.C, con las prácticas ayurvédicas indias que hacen parte del sistema médico tradicional de la India, éstas son consideradas las formas más antiguas de sanación en el mundo. Posteriormente el conocimiento Ayurvédico se expandió fuera de la India e influyó en el antiguo sistema chino de medicina. (Halpern, s.f.)

También, se encuentra el uso de aguas curativas que data del año 1700 a.C., cuando los griegos y los romanos iniciaron con el uso del agua para realizar baños medicinales, centrándose en la limpieza como cuidado físico del cuerpo, descubriendo los beneficios para la salud, con los distintos tipos de tratamiento que se podían realizar a base de agua. (Cibeira,2014)

Así, las prácticas existentes con el uso de aguas y tratamientos naturales, para fines medicinales, fueron migrando también hacia la búsqueda del bienestar de las personas y no sólo para corregir quebrantos de salud. De esta manera, se observan las primeras actividades de bienestar en el mundo, encontrando los balnearios de aguas termales.

Ejemplo de lo anterior es la ciudad de Bath, la única ciudad inglesa con aguas termales, descubiertas y utilizadas en la época romana, época en la cual se presentaban algunos impactos a la sociedad como la esclavitud; los esclavos se veían obligados a acompañar y servir a sus amos incluso lavarlos, al mismo tiempo les realizaban masajes pues en las termas había habitaciones privadas para ello (El molinete, s.f.).

Uno de los antiguos puntos de Aguas termales de Bath se ha habilitado como museo y ahora en el centro de la ciudad se hallan las instalaciones modernas de los balnearios, las *Termae Bath Spa*, que fueron consideradas la meca de la alta sociedad inglesa en el siglo XIX. Actualmente se ofrecen en este lugar tratamientos innovadores de bienestar para los turistas que se desplazan en busca de ellas. (National Geographic, s.f.).

Durante el imperio Romano, los romanos frecuentaban fuentes de aguas termales (*Termas de caracalla*) que tenían disponibilidad hasta para 1500 personas y que contaban con grandes estructuras y jardines que daban un ambiente de paz, es allí donde se dan los primeros desplazamientos en búsqueda de propuestas de bienestar y así se evidencian los primeros pasos del turismo de bienestar en el mundo. (anonimo, s.f.)

Pero poco a poco, se fueron presentando algunos inconvenientes con la salud para quienes usaban dichas termas, ya que la higiene no era la mejor, por ejemplo se decía que el agua no se renovaba a menudo y así los restos de aceite, la suciedad o incluso excrementos se mantenían calientes, propiciando un ambiente apto para las bacterias, algunos emperadores de la época mencionan que era mejor no ir con una herida reciente para evitar la gangrena.

Durante la dominación Romana se logró la expansión de las termas a Europa difundiendo las prácticas de las curas balnearias, posteriormente, la invasión y dominación de los bárbaros dejó como consecuencia la destrucción de gran parte de estas termas romanas y produjo involución en el uso de las aguas termales para curar (Fagundo y González, s.f.).

Con la llegada de la etapa medieval, se disminuyó el uso de las termas, toda vez que la iglesia cristiana consideraba estos lugares como sitios de perversión, limitándola al uso y producción de aguas mineromedicinales, haciéndolas escasas y reduciendo la costumbre de aseo personal, lo que propició un cambio drástico en las costumbres que se habían adoptado.

Luego con la invasión de los árabes al sur de Europa, los baños públicos y las curas termales volvieron a tomar fuerza. Ahora las ciudades contaban con al menos un baño público para realizar prácticas curativas y de esparcimiento, entre otras. Las Cruzadas dieron también un florecimiento a las curas termales, al ser utilizadas para la cura de los heridos y combatir las enfermedades contraídas en Oriente (Fagundo y González, s.f.).

Posteriormente en los siglos XVIII y XIX se vuelven a implementar las aguas termales como parte de la higiene personal y se recuperan las costumbres de las personas de asistir a ciertos lugares de termas. Lamentablemente y debido al hacinamiento que se produjo en las grandes ciudades europeas, en el siglo XIX se dio un brote de cólera que generó la necesidad de construir algunos baños privados y conservar otros públicos como medida de higiene y control de las personas contagiadas (Fagundo y González, s.f.).

Finalmente en el siglo XIX se crean complejas villas de agua que incluyen servicios complementarios, para mejorar la experiencia y facilidad de acceso de las personas al servicio de bienestar. Servicios como el hospedaje, la alimentación y la venta de productos como jabones y cremas para el cuidado corporal, entre otros, cobran relevancia, llevando esta actividad a un contexto de generación de bienestar para todas aquellas personas que se desplazaban en su búsqueda. Con lo anterior, se observan las primeras prácticas del ahora denominado Turismo de Bienestar.

Por ejemplo, se empiezan a realizar actividades que incluye guianza alrededor de los grandes hoteles y complejos turísticos que rodean los puntos de aguas termales

apoyando así a otras tipologías de turismo e infundiendo en los turistas la responsabilidad que tienen para la protección del medio ambiente.

En la actualidad, continúa la implementación de muchas de estas costumbres y prácticas que los antecesores de la actividad han dejado; hoy en día uno de los temas más impactantes de la realización de turismo de bienestar es la vanidad, o como se llama actualmente, el culto al cuerpo, que más allá de esperar un equilibrio se ha convertido en una manera fácil de llegar a cumplir con estándares de belleza cada vez más exigentes.

Estándares creados por y para las nuevas generaciones siendo uno de los impactos más negativos para la sociedad actual, por la aparición de enfermedades como desórdenes alimenticios o adicción a los procedimientos quirúrgicos o tratamientos de reducción de medidas como masajes.

Según el Diario el Espectador los cirujanos plásticos han evidenciado un aumento en las consultas por parte de los adolescentes cuyas solicitudes principales son cirugías transformativas o cambios de imagen, pero por desgracia en Colombia no hay estadísticas con las cuales realizar un comparativo que lo corrobore, según un estudio donde participaron 2.000 adolescentes del Reino Unido el 40% de las niñas estarían dispuestas a realizarse una cirugía estética, (El Espectador, 2015) convirtiéndose en uno de los impactos más negativos para la sociedad de la aparición del Turismo de Bienestar.

Alrededor de toda actividad turística siempre se encuentran este tipo de consecuencias o impactos que deben evaluarse y procurar mejorarse, pero no todo es malo dentro del desarrollo del turismo de bienestar. Actualmente y debido que las personas acuden en mayor proporción a lugares que ofrecen tratamientos estéticos en reemplazo de los quirófanos, se ha aumentado el mercado de centros de estética y spa lo que genera crecimiento económico para los destinos con este tipo de oferta.

Con el fin de monitorear la actividad turística de bienestar, en el año 2011 se comienzan a obtener estadísticas y datos veraces con la llegada de SRI Stanford Research Institute, en cuyo informe International y Global Spa & Wellness Summit (GSWS) de 2012, indica que la participación del turismo de bienestar o turismo Wellness crecerá a una media de 9,9% anual, especialmente en las zonas de Asia, Latinoamérica, Oriente Medio y África del Norte, duplicando el crecimiento del sector turístico en general, esta participación equivale aproximadamente a US 439.000 millones de dólares al año. (Ellis, 2014)

Con esta tasa de crecimiento, el denominado turismo de bienestar, “alcanzaría un valor de US 678.500 millones de dólares en el 2017” en el mundo aumentando su participación global hasta el 16% de los ingresos totales de la industria, que actualmente alcanzan los 3,2 billones de dólares anuales. (Procolombia, s.f)

En la Riviera Nayarit, antes de la aparición del turismo de bienestar, los ingresos provenían de la minería y la agricultura en su mayoría; posteriormente cuando llegó el auge turístico a la región, aproximadamente hace 10 años, se empezaron proyectos hoteleros, que cambiaron el uso de los suelos de la agricultura a la construcción de grandes complejos hoteleros, con lo cual mucha de su población decidió emigrar a otros lugares para poder continuar con su forma de vida y de trabajo. Este desplazamiento de la comunidad Nayarita fue originado por la presión ejercida por los inversionistas interesados en los terrenos que ellos habitaban para construir sus imponentes hoteles. (Universidad tecnologica de bahia banderas, entrevista).

8. MARCO GEOGRÁFICO

La Riviera Nayarit se encuentra ubicada sobre la costa pacífica de México, es un corredor de 160 Kilómetros de largo que comienza en el municipio de Nuevo Vallarta y termina en el puerto de San Blas, allí se combinan escenarios de playas vírgenes, gran diversidad de flora y fauna y una variedad de lujosos hoteles lo cual hace que sea un destino muy atractivo para los turistas. El clima predominante en Riviera Nayarit es cálido subhúmedo con una temperatura promedio anual de 25°C.(Travel by Mexico,2012). Debido a la riqueza de escenarios y a las características únicas que posee este destino, dió paso para comenzar a desarrollarse turismo de bienestar en este lugar

Mapa de ubicación geográfica Riviera Nayarit

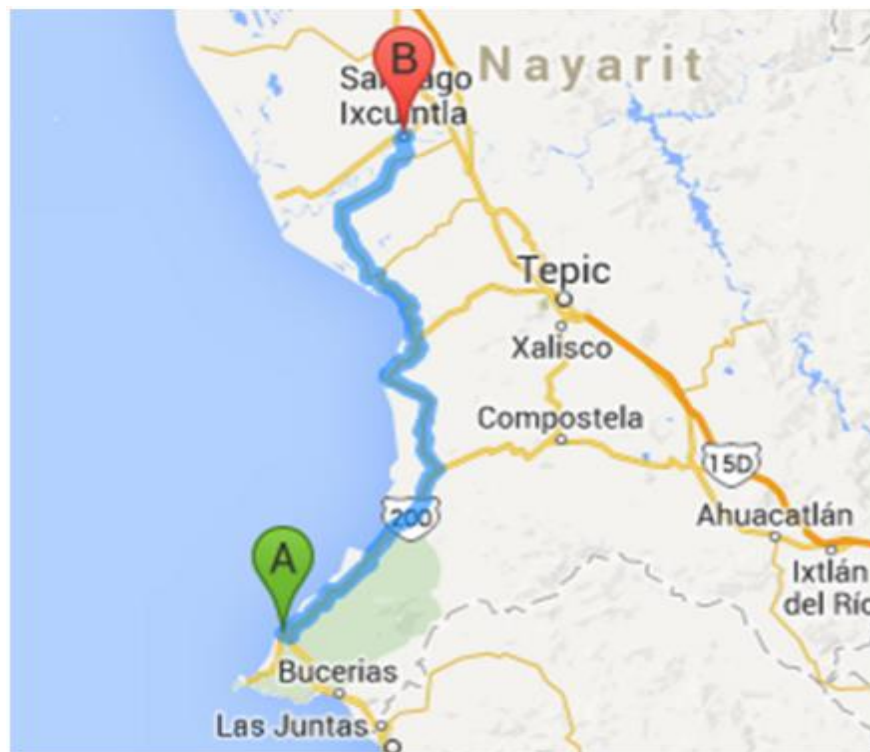


Figura 1. Mapa geográfico ilustrando la extensión del territorio de Riviera Nayarit.(2012) Tomado de: www.rivieranayarit.com.mx/maps

Para procurar un efectivo desarrollo de las actividades y con el fin de conocer los aspectos que se han presentado, se evalúan los puntos geográficos donde se presentan características especiales para el desarrollo de esta tipología de turismo (turismo de bienestar) con el fin de identificar cuales tienen similitud con la Riviera Nayarit.

Alrededor del mundo, el turismo de bienestar está compuesto por una gran variedad de servicios, en varios países del continente Europeo hay muestra de ellos como por ejemplo España, que cuenta con más de 2.000 manantiales registrados y distribuidos por toda la península, posee también aproximadamente 120 estaciones termales renovadas con las más avanzadas tecnologías y una gran diversidad de aguas mineromedicinales, que generan alrededor de 100 empleos directos por cada estación termal, lo que supone 7.500 empleos directos en el país y en general 34.637 por turismo de bienestar (Federación Española de Municipios y Provincias, 2009). De igual modo, recibe cerca de 2.7 millones de turistas anuales por concepto de turismo de bienestar (Hosteltur, 2013).

Un caso similar es Italia, donde el turismo de bienestar es considerado de gran trascendencia, dado que en el mundo es uno de los países con mayor número de centros milenarios termales, siendo estos 380 en su totalidad, que son especiales para el cuidado del cuerpo, mente y espíritu. De norte a sur, se pueden vivenciar memorables experiencias en las antiguas zonas termales que se han conservado con el tiempo, tales como: fuentes termales y saunas naturales, cuevas ocultas por la vegetación dotadas con vapores calientes, olores ferrosos, agradables y excelentes propiedades terapéuticas que albergan unos 75.000 empleados (La Stampa, 2014) y sus principales ciudades como La Toscana y Chianciano reciben alrededor de 1'700.000 y 1'860.000 millones de turistas respectivamente, en busca de bienestar (Aragón, 2008).

Otro país donde el turismo de bienestar se encuentra presente es Francia, el cual es considerado el primer país turístico del mundo y el primer destino mundial de

talasoterapia, generando más de 1 millón de empleados directos del turismo, donde 3.017 están relacionados con Talasoterapia y 13.800 con Termalismo, dado que cuenta con 108 estaciones termales y 112 centros termales públicos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013).

En su totalidad en Francia se generan 54.430 empleos por concepto de turismo de bienestar (McKinsey & Company, 2008), en éste país, Aquitania es la ciudad donde se desarrolla este tipo de turismo ya que cuenta con 10 estaciones termales; además esta cuenta con diversidad de subsuelos lo que provoca que la contención de las sales minerales y los oligoelementos del agua varíen, por ende los beneficios y tratamientos posibles pueden ser variados como: pulverizaciones, duchas filiformes, hidromasajes, baños carbonatados, entre otros (Aqui O Thermes, 2009). Estos establecimientos reciben más de 90.000 turistas cada año, (Conseil Régional D'Aquitaine, 2007).

También en Alemania el turismo de bienestar ha tenido un auge extraordinario, debido a que este país es considerado como el padre de la medicina alternativa, actualmente tiene 350 balnearios y centros termales certificados, con especializaciones diferentes como: Termalismo, Talasoterapia, Kneipp, Felke, Schorth, entre otros (Alemania Destino Turístico, s.f.).

Otro ejemplo es Hungría, cuya capital Budapest es conocida como la Ciudad Balneario, porque cuenta con 118 balnearios de aguas termales tanto Naturales como Artificiales, de los cuales brota agua entre 21° y 78° C, la ciudad cuenta con varios establecimientos reconocidos como el Gellert, el Széchenyi y el Lukács; los más grandes y modernos, y el Király y el Rudas; que datan del siglo XVI y son considerados los más antiguos e históricos (Viajes con destino, s.f.). Budapest recibe cerca de 3,9 millones de turistas al año, que se desplazan desde todas partes del mundo para visitar sus imponentes centros termales (Fidesz. Hu, 2014) y emplea alrededor de 8.500 personas (Turizmus.com, 2011).

También Islandia es un país famoso por sus aguas termales, su ciudad representativa es Grindavik, está ubicada cerca de la capital del país, allí se encuentra uno de los balnearios más famosos del mundo, la Laguna Azul (Blue Lagoon), que con sus aguas turquesas y su vapor constante atrae a miles de visitantes. Islandia tiene una actividad geotérmica mayor que la de cualquier otro país de Europa y tiene en su territorio cerca de 800 manantiales termales, que la hacen llamativa para los turistas, algunos de estos termales cuentan con espectaculares géiseres que recrean otro punto de atracción. (National Geographic. 2013).

En el continente Asiático hay varios países en los cuales la realización de turismo de bienestar es muy frecuente, uno de ellos es Tailandia, debido a la gran variedad de spas que esta nación ofrece y por la innovación y cualificación de las técnicas de terapias curativas, masajes Thai entre otros muchos servicios de relajación brindados por los tailandeses, este país es líder en atracción de turistas que buscan alternativas diferentes para descanso de cuerpo y mente (Altum, s.f.), actualmente cuenta con 585 spas que generan 11.240 empleos (Dossier Prensa, 2014).

Igualmente, India ha tenido un gran crecimiento de llegadas de turistas en busca de lugares exóticos e innovadores que brinden la posibilidad de relajarse y disfrutar de rituales de descanso propios de su cultura, por lo tanto en esta nación se realizan interesantes prácticas de masajes y talasoterapia, los cuales son servicios muy apetecidos por los turistas extranjeros, provenientes de todas partes del mundo. (Altum, s.f.)

En el Norte de África existen zonas destacadas por la gran oferta en turismo de bienestar, por ejemplo se encuentra Marruecos, que en cuanto a gastos realizados por los visitantes anualmente ocupa el Segundo lugar en el norte de África por concepto de Turismo de bienestar, con gran variedad de hoteles y centros de bienestar que brindan a todo tipo de turistas los servicios de Jacuzzis, Piscinas con Hidromasajes, Masajes personalizados, que son realizados por profesionales, Aromaterapia, entre otros

(Ramírez, 2013). También fue la ciudad anfitriona de la Octava Edición de La Cumbre Global de Spa&Wellness, el pasado 10 de septiembre de 2014 (diariocalledeagua.com, 2014). Por otro lado, el Medio Oriente es fuertemente representado por Turquía, dado que, cuenta con 1.300 manantiales termales registradas y las plantas térmicas aumentaron su capacidad de camas a 7.653. (Turkei, s.f.).

América, es un espacio geográfico rico en ecosistemas y bañado de infinidad de fuentes naturales propicias para el desarrollo de las actividades del Turismo de Bienestar, Argentina, por ejemplo, que gracias a su ubicación geográfica y su riqueza de escenarios naturales, en los últimos cinco años el número de viajeros orientados al turismo termal creció un 38%, según el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR). Y de acuerdo a datos difundidos por el mismo ente, del total de centros termales existentes en el territorio argentino, el 50% “se han reconvertido o iniciado su explotación en los últimos 15 años” y próximamente se inaugurarán ocho nuevos balnearios. (Inprotur, 2013)

Otro país del continente americano líder en Turismo de Bienestar es Colombia, en donde se han empezado a implementar dos herramientas clave para posicionarse a nivel internacional como país competente en Turismo de Salud, la primera de estas es la Autoevaluación para Organizaciones Hoteleras, que le permite a los Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje saber si cumplen con los estándares de calidad para atender a los turistas que usan servicios de salud, y la segunda es el Sello de Calidad para la Exportación de Servicios de Salud (Portafolio, 2014).

Colombia por su pluriculturalidad, su diversidad climática y su variedad de precios ha sido escogida por los extranjeros como un destino destacado, actualmente Colombia presenta 310 fuentes termales, pero sólo 20 han sido estudiadas por INGEOMINAS, para el desarrollo del Turismo de Bienestar (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013).

Otros países de América Latina han empezado a implementar estrategias que buscan un alto posicionamiento en Turismo de Bienestar, para competir con otras naciones, un referente importante de esta situación es México, ya que cuenta con la infraestructura y el capital humano altamente capacitado para proveer los servicios que satisfacen las necesidades del mercado objetivo que este tipo de turismo genera.

México cuenta con 32 estados incluyendo al Distrito Federal, varios de estos cuentan con la infraestructura necesaria para prestar servicios de turismo de bienestar, de los más relevantes en esta tipología de turismo es Nayarit, está ubicado en el noroeste del territorio mexicano, limita con los estados de Sinaloa, Durango, Zacatecas y Jalisco cuenta con una importante franja costera en el Océano Pacífico que cubre el municipio de Bahía de Banderas, toda esa franja costera es denominada Riviera Nayarit, lugar destacado por su biodiversidad y prestación de servicios turísticos de bienestar a todo tipo de turista. (Notisem, 2013).

Ha sido tal el impacto que ha generado el turismo en general a nivel macroeconómico que se han conformado organizaciones dedicadas a su estudio y observación, como la OMT que muestra que Europa es el área que atrajo mayor número de turistas (563,8 millones), seguida por Asia (248,7 millones), las Américas (168,2 millones), África (55,9 millones) y Medio Oriente (50,8 millones). (Instituto Nacional de estadísticas - Chile. 2013).

9. Impacto sociocultural en los países con mayor nivel en desarrollo de prácticas de turismo de bienestar

Como cualquier actividad turística, el turismo de bienestar no está exento de generar impactos que afectan no sólo su desempeño, sino también a la comunidad donde éste se desarrolla, es por esto que se comenzará identificando los principales impactos socioculturales que se presentan en los países más relevantes por efecto del turismo de bienestar.

9.1 Generación de empleo en los países con mayor participación en turismo de bienestar

Como resultado de la búsqueda documental que brindara datos que permitieran el análisis del turismo de bienestar alrededor del mundo, se encontraron las siguientes cifras, en ellas se puede observar que: El país con mayor índice de generación de empleo por turismo de bienestar es Alemania con 350.000 empleos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013), seguido de Italia con 75.000 empleos generados (La Stampa, 2014), después está Francia el país más turístico del mundo con 54.430 empleos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013); McKinsey & Company, 2008). Luego se encuentra España con 34.637 empleos, México con 29.790 empleos (McKinsey & Company, 2008) siendo el país más representativo de América, posteriormente encontramos a la India que genera 22.175 empleos, Argentina con 14.300, (McKinsey & Company, 2008), Tailandia con 11.240 (Dossier Prensa, 2014) y Hungría con 8.900 empleos generados, (Turizmus.com, 2011).

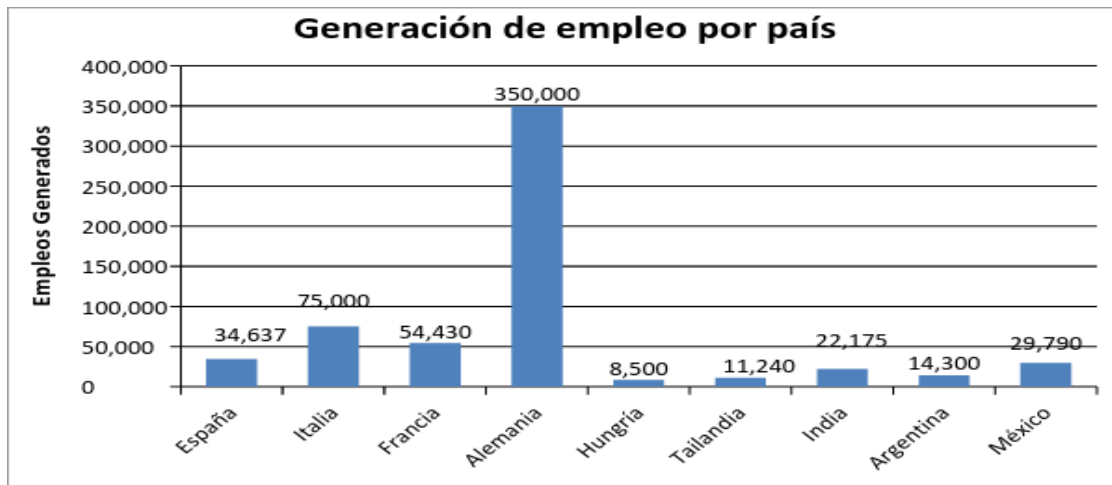


Gráfico1. Cantidad de empleos generados por país. Fuente propia.

En la gráfica 1 se observa a Alemania como principal generador de empleos en el turismo de bienestar superando casi 5 veces al siguiente país (Italia), esto evidencia que

, sin embargo y con el ánimo de observar el comportamiento entre los demás países se graficará nuevamente el comportamiento omitiendo a Alemania.

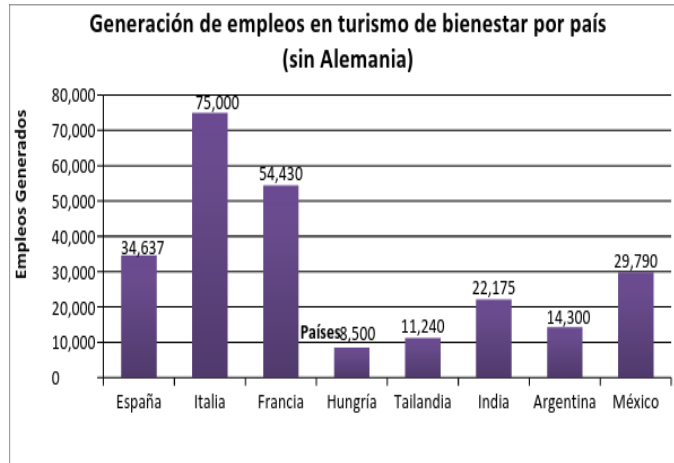


Gráfico 2. Cantidad de empleos generados en turismo de bienestar por país Fuente propia.

En el gráfico 2 se evidencia que, Italia, Francia y España en su orden, son los países que generan mayor cantidad de empleos por turismo de bienestar (75.000, 54.430 y 34.637 respectivamente), después se encuentra México generando 29.790 empleos, seguido de India que emplea 22.175 personas, Argentina con 14.300 empleos, Tailandia con 11.240 empleos y por último encontramos a Hungría con 8.500 empleos. Así es como la actividad del turismo de bienestar ha permitido el ingreso de nueva fuerza laboral abriendo una nueva opción de ingresos en la sociedad.

Los datos anteriores indican que los países que generan mayores oportunidades de empleo se encuentran en el continente europeo, debido a las condiciones geográficas y al alto nivel de desarrollo turístico que presentan estos países, de igual manera se evidencia la intención de México, como país pionero de América Latina en querer ser partícipe en este tipo de turismo.

Volviendo al análisis inicial, es conveniente observar ahora el comportamiento que se presenta entre países que tengan similitud en población, en aras de observar el

porcentaje de participación de los empleos que se están analizando respecto de la población general.

De esta forma, se compararán los países cuya población equipara o iguala la de Alemania con el fin de identificar cómo se están comportando estos países en relación a la generación de empleo sobre el turismo de bienestar.

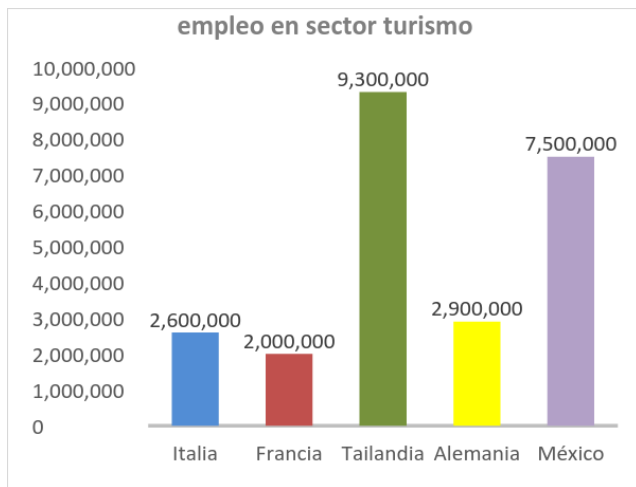


Gráfico 3. Generación de empleo sector Turismo. Fuente propia

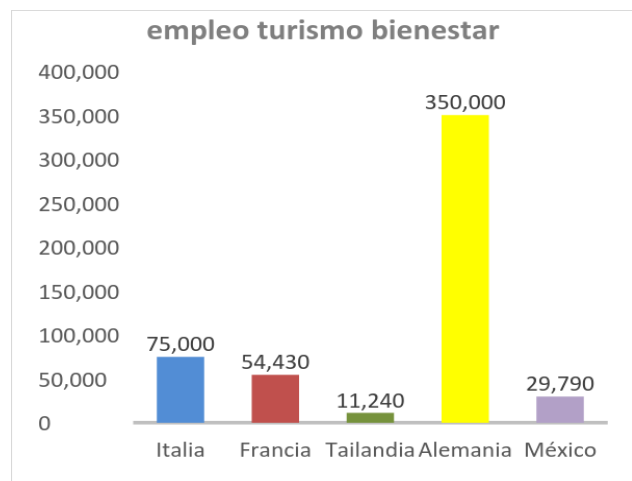


Gráfico 4. Generación de empleo en Turismo de Bienestar Fuente propia.

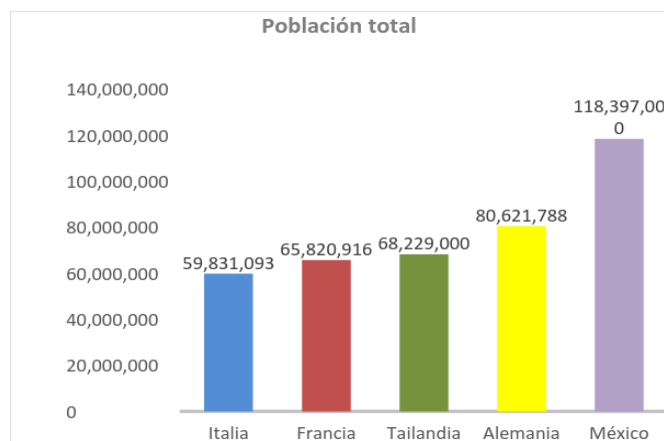


Gráfico 5. Población total por país. Fuente Propia

En los gráficos 3, 4 y 5 se observan las comparaciones entre los países con similitudes en población sugiriendo la siguiente lectura: Alemania cuenta con una población de 80'621.788 habitantes de los cuales 2'900.000 (3,6% de la población) trabajan en el sector turismo y 350.000 directamente en el turismo de bienestar (esto equivale a 0,43% de la población total y 12,1% respecto del empleo en turismo).

Italia por otro lado tiene una población de 59'831.093 habitantes y emplea 2'600.000 personas en el sector turístico (que equivalen al 4,3% de la población), de igual manera genera 75.000 empleos por turismo de bienestar (correspondientes al 0,13% de la población total y al 2,9% del turismo).

Francia por su lado presenta una población de 65'820.916 habitantes y genera 2'000.000 empleos en el sector turismo (equivalentes al 3,0% de la población), de igual manera emplea 54'430 personas por turismo de bienestar (que corresponden al 0,08% de la población total y al 2,7% de los empleos generados por el sector).

Por otra parte, Tailandia cuenta con una población de 68'229.000 habitantes, de los cuales 9'300.000 se emplean en el sector turístico (lo que equivale a 13,6% de la población), y emplea 11.240 en turismo de bienestar (correspondientes al 0,02% de la población total y al 0,1% del sector turismo).

México tiene una población de 118'397.000 habitantes, genera 7'500.000 empleos por el sector turístico (correspondiente al 6,3% de la población), y 29.790 empleos por turismo de bienestar (equivalentes al 0,03% de la población total y al 0,4% del turismo).

País	Población Total	Empleos en Turismo	% Turismo Vs. Población	Empleos en Turismo de Bienestar	% Turismo Vs. Turismo de Bienestar	% Población Vs. Turismo de Bienestar
Alemania	80.621.788	2.900.000	3,60%	350.000	12,10%	0,43%
Italia	59.831.093	2.600.000	4,30%	75.000	2,90%	0,13%
Francia	65.820.916	2.000.000	3,00%	54.430	2,70%	0,08%
México	118.397.00	7.500.000	6,30%	29.790	0,40%	0,03%
Tailandia	68.229.000	9.300.000	13,60%	11.240	0,10%	0,02%

Tabla 1. Comparativo de los países más relevantes en turismo de bienestar dada la generación de empleo. Fuente propia.

Lo anterior permite observar que Alemania es, dentro de los países estudiados, el segundo país con mayor población, el tercero en generar empleos en el sector turismo, pero es el primero en generar empleo por turismo de bienestar. Por su parte, Italia es el país que tiene la menor población, pero genera más empleo que Francia por el sector turismo y es el segundo país en generar empleo por turismo de bienestar. Francia es el cuarto país que presenta mayor población, pero a su vez es el que genera menor empleo en el sector turismo, sin embargo es el tercero en generar empleo por turismo de bienestar. México es el país con mayor población, el segundo en generar empleos en el sector turístico y el cuarto en generar empleos por turismo de bienestar. Por último, se encuentra Tailandia en el tercer puesto de la mayor población, el que más genera empleo por turismo pero es el último en relación a la generación de empleo por turismo de bienestar.

De esta forma se observa que, Alemania es el país que más se ha interesado por desarrollar el turismo de bienestar como actividad económica, empleando al 0,43% (Tabla 1), de su población incursionando no solo en la medicina alternativa si no también en ser uno de los primeros países en regular y estandarizar las estaciones de bienestar que posee. Otro motivo por el cual Alemania ha invertido en esta tipología de turismo es debido a que el turismo de bienestar genera mayores ingresos que el turismo en general, por ejemplo Alemania en el 2010 recibió 124 euros por persona por noche, de los turistas

que se alojaron en establecimientos relacionados con turismo de bienestar en comparación con los 80 euros que recibió de los turistas que se hospedaron por otro tipo de turismo (Lainformación.com, 2011).

También se observa que a pesar de que Tailandia es el país que genera mayor cantidad de empleos en turismo con un 13,60% (Tabla 1), no se ha enfocado en desarrollar a fondo el turismo de bienestar, lo que implica menos oportunidades de empleo relacionados con las actividades propias del turismo de bienestar y una ausencia de alternativas que atraigan la atención de los viajeros en busca de relajación y descanso.

Por otro lado se observa que México aunque es el novato en turismo de bienestar ha intentado estandarizar, controlar y mejorar su participación, creando órganos reguladores para el turismo de bienestar y un programa que controle la calidad de los 171 centros de formación que tiene el país, tanto que se ha convertido en el primer país en Latinoamérica en esta tipología de turismo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013) .

9.2 Alianzas estratégicas en Turismo de bienestar.

El turismo de bienestar genera alternativas que permiten realizar alianzas estratégicas entre países, que por similitudes tácticas de sector, tienen planes de desarrollo para esta tipología de turismo.

Un ejemplo de ello es la alianza realizada entre Colombia y España, en donde se da la firma de un memorando de entendimiento, en el cual se acuerda una mutua colaboración específicamente en temas relacionados con el agua como: el termalismo y la talasoterapia (Memorando de entendimiento, 2014), la inversión en este proyecto es de 30 mil euros (PTP, 2014). Esta firma se da, debido a que Colombia tiene la intención de aprovechar las 320 fuentes termales que posee en su territorio. Asimismo, pretende beneficiarse del reconocimiento internacional y experiencias adquiridas por España y

especialmente de Galicia que es su capital termal (16 termales), por la formación, investigación y desarrollo de su infraestructura en el tema (Termatalia, 2014).

Este acuerdo apoya la estrategia nacional para el sector de turismo de bienestar, que proyecta para el 2032 aumentar sus ingresos a 450,6 millones de dólares y generar 10.378 empleos entre directos e indirectos en esta tipología de turismo, con una inversión de 642 millones de dólares que se emplearán en la creación de 10 centros termales, 2 centros de talasoterapia y 200 Spas o centros de bienestar (MinCIT, 2013).

Por otro lado, Italia realizó una alianza con la Federterme¹, que es la única entidad que representa la industria de balnearios del país, con el fin de promover a Italia como destino de bienestar en los mercados internacionales, este proyecto se denominó “Del Termalismo al Wellness” o en español “Del Termalismo al Bienestar”; este proyecto tiene el objetivo de vincular a las autoridades locales para auxiliar a los balnearios en crisis, mejorar la infraestructura de las zonas afectadas, integrar e incentivar otros proyectos de desarrollo y generación de empleo (Invitalia, 2009).

Según el Director General de Turismo de Italia Gaetano Caserta y El Presidente de Federterme, Costanzo Jannotti Pecci, para cumplir con el objetivo del proyecto se creará una red de ciudades balneario o una red de puntos termales de excelencia con las casi 380 fuentes termales, de las cuales 50 están clasificadas por ATECO/ISTAT², con una inversión al 2013 inferior a la del 2008 de 430 millones de euros (Centritalia News, 2014).

De igual modo, y gracias a la Alianza del Pacífico que entró en vigor en Julio del 2015, México desea aumentar el ingreso de turistas provenientes de los países partícipes de la alianza, mejorando la conectividad aérea, la promoción y la facilitación de los viajes (Dinero, 2015).

¹ [Federación Italiana de Industrias, Térmica y Sanación de Agua Mineral. Invitalia.- FEDERTERME](#)

² [\(ATECO/ISTAT\). Código de clasificación de actividades económicas del Instituto Nacional de Estadística de Italia. Centritalia News.](#)

9.3 Educación y Turismo de bienestar

El turismo de bienestar como cualquier otra actividad requiere personal calificado, así ha traído consigo la posibilidad de generar nuevos programas académicos atrayendo el interés de las personas que desean desempeñarse en el sector, a continuación se observará el desarrollo o apoyo académico que se ha generado alrededor de esta actividad del turismo de bienestar.

Nuevamente el acuerdo firmado entre España y Colombia sirve de ejemplo para mostrar cómo la educación es beneficiada a través de él, mostrando dentro de los objetivos de este memorando de entendimiento en resumen las siguientes fortalezas (...) capacitación de personal, formación de currículos, intercambio y transferencias de experiencias y de información, misiones empresariales, desarrollo de investigación y opciones de financiación y de mejoramiento de las pequeñas y medianas empresas del sector.(...) (Termatalia, 2014).

Por su parte, en Italia se aprobó la financiación por cuenta de Fondimpresa³ al programa de formación continua sobre termalismo abocando a la calidad, incluso para los empleos de temporada, gracias al acuerdo entre la expansión y Federterme. Este programa fue nominado “Terme Avance” y pretende vincular no sólo a los socios de Fondimpresa, sino a todo aquel que desee participar, de igual forma, suplir las necesidades de formación para esta tipología de turismo. (Federturismo Confindustria, 2009)

Según el director del programa Sergio Bolognese, este es el primer programa a nivel nacional que beneficia a toda la industria termal y con el apoyo de todos los participantes, especialmente Federterme, será la base de éxito para el país. (Federturismo Confindustria, 2009)

³ [Fondimpresa. Fondo Interprofesional de Educación Continua de Confindustria. Italia. Federturismo Confindustria.](#)

En España, dado el incremento de los establecimientos de la industria sanitaria y de bienestar, se ha provocado una demanda en aumento de profesionales y una necesidad de satisfacer nuevos clientes, no solo nacionales sino también internacionales (Asociación Iberoamericana de Termalismo y Bienestar, 2011).

Por desgracia, esta tipología de turismo es relativamente nueva, lo que conlleva a una oferta de profesionales calificados mínima y pocos programas de formación tanto profesionales como técnicos. Es por esto que la Asociación Iberoamericana de Termalismo y Bienestar tiene el objetivo de educar profesionales idóneos por medio de formación continua con el fin de aportar calidad y profesionalidad al sector (Asociación Iberoamericana de Termalismo y Bienestar, 2011).

Igualmente la Asociación Iberoamericana de Termalismo y Bienestar pretende incursionar en la formación online, creando un campus con plataforma virtual donde sus estudiantes y todos los interesados reciban una formación completa por medio de cursos flexibles que se acomoden a sus necesidades.

9.4 Tipos de turistas en turismo de bienestar

España es uno de los países que recibe más de 2,7 millones de turistas al año por turismo de bienestar (Hosteltur, 2013), estos turistas provienen principalmente de Reino Unido, Alemania y Holanda, atraídos por su clima, la relación calidad/precio y la calidad del alojamiento (Observatorio Turístico de la Comunitat Valenciana, 2011).

Otro país, que recibe gran cantidad de turistas al año es Alemania que alcanza los 5,3 millones de turistas por turismo de bienestar (CIB,s.f.), estos turistas son provenientes de Austria, Suiza, Hungría, República Checa y España, atraídos principalmente por su cercanía con este país (Observatorio Turístico de la Comunitat Valenciana, 2011).

De igual manera, Francia receptor de más de 90.000 mil turistas al año por turismo de bienestar, son provenientes de España, por su cercanía hacia Cataluña, Marruecos y Túnez (Observatorio Turístico de la Comunitat Valenciana, 2011).

También está México que sus principales receptores de turistas son Estados Unidos y Canadá, debido a la cercanía entre países y el clima caluroso en temporadas de invierno (Hallazgos de la investigación).

10 Actividades del turismo de bienestar en Riviera Nayarit

La Riviera Nayarit debido a su estratégica ubicación geográfica, su gran belleza paisajística, riqueza natural y el equipamiento en hoteles de alta calidad, es uno de los principales lugares en México escogido por los visitantes, para disfrutar de servicios ofrecidos por el turismo de bienestar.

Dentro del turismo de bienestar, se encuentran inmersos diferentes servicios que brindan tranquilidad y descanso, como por ejemplo: los spas, la talasoterapia, el temazcal, masajes, entre otros. Además Riviera Nayarit cuenta con gran variedad de prestadores de servicios de turismo de bienestar que cuentan con excelentes características de servicio al cliente, experiencia y profesionalismo, lo cual genera gran reconocimiento del destino turístico entre los visitantes tanto nacionales como internacionales, dichas empresas son de inversionistas de distintas partes de México.

En la entrevista realizada a los docentes de la Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas y la visita al laboratorio de terapia física de la misma, además de la visita al spa Grand Velas, se descubrió la gran variedad y cantidad de actividades desarrolladas en torno al turismo de bienestar en la Riviera Nayarit.

Con lo anterior y tomando en cuenta que la Riviera Nayarit es el objeto de este proyecto de investigación, a continuación se presentarán las diferentes actividades que componen el turismo de bienestar y por las cuales los turistas están siendo motivados a viajar e invertir tiempo y dinero en ellas.

10.1 Los Spas

El cuidado del alma y el cuerpo se han convertido en requisitos indispensables para mejorar la calidad de vida de las personas. Es por esto que cada vez existen más lugares especializados que ofrecen el servicio de profesionales para hacer sentir como nuevo al turista, con la ayuda de masajes, terapias y rituales en un ambiente propicio para la relajación, el descanso y la meditación.

La tradición milenaria de cuidar el cuerpo, purificar el alma y el espíritu es inherente a la cultura mexicana, es por esta razón que existe gran cantidad de spas en el estado de Nayarit, dedicados a proporcionar descanso y relajación, a través de terapias únicas y especiales, lo cual motiva a los turistas a utilizar los servicios guiados por profesionales en el tema.

La tradición turística del estado de Nayarit, le ha dotado de una gran oferta de spas que invitan a vivir una experiencia inigualable con tratamientos de primer nivel, atención profesional y personalizada, todo bajo el paradisíaco clima Nayarita. Los spas de este estado, ofrecen una gran variedad en terapias de relajación y descanso a base de aguas termales, algas y herbolaria. Algunos incluyen servicios médicos para evaluar el estado físico y buscar el tratamiento ideal para cada visitante.

Una investigación realizada por la revista Spa Professional México, ha anunciado que “The Apuane Spa, Four Seasons” ubicado en Punta Mita, Nayarit, se encuentra entre los 25 mejores spas de todo el país, el propósito de esta investigación es impulsar el conocimiento de esta industria entre los especialistas del turismo de bienestar, y de esta manera difundir los beneficios de los spas entre la población en general”, indicó la editora Sara Jones, ella también aseguró que este sector genera más de 60 mil millones de dólares, con México y el Caribe a la cabeza en el continente americano (metrotravel.mx, 2012).

En la actualidad en México hay aproximadamente 450 Spas y Centros de bienestar reconocidos con normas de calidad nacionales, de los cuales el 16% se encuentran en el estado de Nayarit, es decir aproximadamente 72 centros alternativos de belleza certificados (Consejo de Promoción Turística de México, 2010).

Dentro de los spas también podemos encontrar varias tendencias y tratamientos que llaman la atención de los turistas y visitantes, como el Temazcal, en México, se ha rescatado esta práctica que constituye un ritual chamánico de gran arraigo social y cultural desde la era prehispánica. Aunque la ciencia ha comprobado que algunas técnicas ancestrales podrían ser perjudiciales para la salud, el temazcal goza de gran fama gracias a que no tiene contraindicaciones ni efectos secundarios adversos. (Explorando México, 2000-2015).

El temazcal ha sido un ritual utilizado durante siglos para fines terapéuticos y relajantes, se considera el precursor del baño sauna. El vapor es manejado y dirigido por un guía que abanica plantas frescas mientras aplica masajes, hidroterapia, aromaterapia, cantos y ejercicios de meditación. Los fines actuales del temazcal son semejantes a los del México antiguo. Tener la experiencia de un baño de temazcal no es una cotidianidad, sino parte de un hermoso ritual que es más espiritual que físico a diferencia de muchas otras actividades que se realizan dentro del turismo de bienestar. (Fernández, G., 2014).

De igual manera, se encuentra la Hidroterapia como un tratamiento o terapia física que tiene como fin el uso del agua corriente como un agente terapéutico que se usa en todo el cuerpo, a diferentes temperaturas y estados, esto debido a las características químicas, mecánicas y térmicas que esta ejerce, contribuyendo al alivio y curación de diferentes enfermedades (abalnearios.com, 1999). Dentro de la hidroterapia podemos encontrar tratamientos como: las duchas Vichy, el Jacuzzi, el vapor con cromoterapia, entre otros.

Otro proceso importante dentro del spa es la Masoterapia o masaje corporal, que hace referencia a la aplicación de la fuerza de las manos en la base corporal, los músculos, los tendones y ligamentos con fines terapéuticos. La masoterapia incluye técnicas como el masaje deportivo, el drenaje linfático, el masaje terapéutico, el masaje relajante, entre otros (Vitaedolor.com, 2012).

Sin duda uno de los tratamientos más implementados en los spas es la Aromaterapia, ésta es usada principalmente como acompañamiento de la masoterapia con el fin de devolver la armonía y el equilibrio de la mente y el cuerpo, extrayendo los aceites esenciales de plantas aromáticas (Aromaterapia, 2015).

10.2 La Talasoterapia

De acuerdo con Marianela Peña Romero, bióloga y presidenta de la Comisión de Talasoterapia de la Asociación Mexicana de Turismo de Salud, “la talasoterapia no es sólo chorros de agua”, sino todo un tratamiento para cuidar la salud. Dentro de los principales fines curativos que persigue este tratamiento saludable son: preventivo, curativo, de mantenimiento y de rehabilitación de ciertos problemas de salud (Llerena, 2011).

Por lo tanto, esta actividad ha sido identificada por los turistas como gran potencial que posee la Riviera Nayarit debido a la variedad de centros especializados que brindan el servicio de Talasoterapia que se encuentran allí y por la cantidad de efectos positivos que evidencian al someter su cuerpo a este tratamiento.

Lo anterior conlleva a que ha habido un aumento significativo en la llegada de turistas a Riviera Nayarit, por motivos del cuidado de la salud a través de la talasoterapia. Entre los años 2008 y 2012 en promedio entre el 20.3% y el 25.4% del total de turistas que visitan a Riviera Nayarit anualmente asistieron a los centros especializados en talasoterapia. Estos datos indican que a medida que va pasando el tiempo, se ha dado

a conocer internacionalmente los excelentes servicios que prestan los centros especializados en estética ubicados en el estado de Nayarit. (Turismo, Periódico oficial, Organo del Gobierno del estado de Nayarit, 2012).

10.3 Los termales

Uno de los principales municipios de que posee Nayarit en el cual prestan servicios de turismo de bienestar, es Amatlán, municipio que se encuentra asentado en un valle rodeado de cumbres y profundos cañones lo que dan a la región una belleza natural y única. Su principal atractivo son los balnearios de aguas termales. Un ejemplo de ello se encuentra a menos de dos kilómetros del centro del pueblo y atravesando el río Amatlán de cañas, a una magnífica zona de manantiales en la margen del río que se ven como brotes de vapor originados por la corriente de un arroyo formada de aguas termales con temperaturas de hasta 37°C. Este lugar es apropiado para disfrutar de las tibias aguas y relajarse totalmente, además de brindar a los visitantes un placentero masaje. (México desconocido, 2011)

El municipio de Amatlán, cuenta con diversos sitios que son atractivos para residentes y turistas dentro de los cuales se encuentra El Manto, altamente reconocido principalmente por los turistas internos puesto que es un caudal de agua natural que surge de un manantial 100 metros arriba, es de esta manera cómo nacen las aguas cristalinas de este lugar y se encuentra asentado en la parte baja de un pequeño cañón, rodeado de una exuberante vegetación lo que lo hace mucho más atractivo. El Manto cuenta con una cascada de 6 A 7 metros de altura y con 700 metros de longitud con estanques de diferentes dimensiones y profundidades, aptos para el disfrute de todos los miembros de las familias que visitan el balneario. (Balneario y villas el Manto, 2007).

Debido a la gran afluencia de extranjeros especialmente del norte de América los servicios ofrecidos por los diferentes hoteles son de alta calidad lo cual hace que los turistas deseen regresar una y otra vez a experimentar la diversidad de actividades de bienestar que ofrece el lugar.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los trabajadores de los diferentes hoteles, coinciden que la mayoría de turistas que ellos atendían eran provenientes de Estados Unidos y Canadá seguidos de los mexicanos que también en las temporadas de verano deciden ir en busca de bienestar para su cuerpo y mente y lo encuentran allí en el estado de Nayarit.

11 El turismo de bienestar y su impacto socio cultural en la Riviera Nayarit.

El turismo de bienestar es una tipología del turismo considerada como una herramienta de desarrollo económico para la región, convirtiéndose en una actividad de interés para el Gobierno del estado de Nayarit por su alto nivel de influencia en el desarrollo de las regiones (SECTUR, 2013).

En este orden de ideas, el turismo de bienestar también puede considerarse una actividad que aporta al desarrollo del estado de Nayarit, teniendo como punto a favor las condiciones geográficas de la región, generando actividades de relajación y cuidado del cuerpo. Un ejemplo de ello es la talasoterapia, esta actividad se puede realizar gracias a la proximidad de la ciudad al mar, lo que representa un beneficio y un valor agregado al lugar y a esta actividad en particular.

Evidenciando lo anterior, el sector público ha invertido recursos con el ánimo de reforzar la infraestructura y la planta física hotelera que requiere el turismo buscando mejorar su eficiencia, por ejemplo: las vías que se encuentran dentro de los complejos hoteleros, la proximidad y mejoramiento de los servicios básicos que necesitan los establecimientos (acueducto, agua potable, energía) propiciando así un ambiente favorable para los inversionistas privados contribuyendo e incentivando el crecimiento y generación de nuevos negocios dentro del sector, en busca del cumplimiento de sus metas de rentabilidad en tanto satisfacen las necesidades de los turistas (Castro y López, 2010).

Sin embargo tanto el sector público como el privado, reconocen que el desarrollo del turismo de bienestar, al igual que cualquier otra actividad económica, ha generado en la región impactos sobre la sociedad y su cultura. Estos impactos, se pueden evidenciar a través de factores como: ***el tipo de turistas, el grado de desarrollo turístico y las condiciones económicas y socioculturales de la comunidad local*** (Mendoza, Monterrubio & Fernández, 2011, p.51), que permiten observar las dinámicas de la actividad turística en relación con el destino en donde se desarrolla.

De esta manera, se observará cada factor con el fin de identificar los impactos que ha generado el turismo de bienestar en el estado de Nayarit.

11.1 Tipos de Turistas

En la Riviera Nayarit se observan visitantes Canadienses y Estadounidenses en su mayoría, esto se debe a la cercanía fronteriza entre estos países con México, estos turistas viajan a Nayarit en busca de su majestuosidad paisajística, los servicios de lujo que ofrecen los establecimientos y la accesibilidad económica de los servicios turísticos. La afluencia de turistas americanos e ingleses se debe también al clima de la Riviera Nayarit sobre todo cuando en sus países de origen es época de invierno, se produce migración a lugares tropicales para disfrutar del agradable clima y sus hermosas playas, además de su gusto por recostarse bajo el sol para broncear sus pieles, junto con los servicios de los hoteles all included donde pueden disfrutar de bebidas y snack's todo el día e ir a la discoteca del lugar a divertirse en la noche.

Este destino turístico genera una contribución superior al millón y medio de dólares anualmente. En promedio los visitantes internacionales que visitan Nayarit, corresponde al 25% del total que llegan al lugar, los cuales gastan en promedio \$19,379 pesos mexicanos y los nacionales el 75% que gastan \$6.676 pesos en promedio por visita al destino. (Martínez y Frausto, 2014.)

La Riviera Nayarit recibe 2.359.684 personas cada año, con una tasa de crecimiento del 2%. (Observatorio Turístico, México 2014)

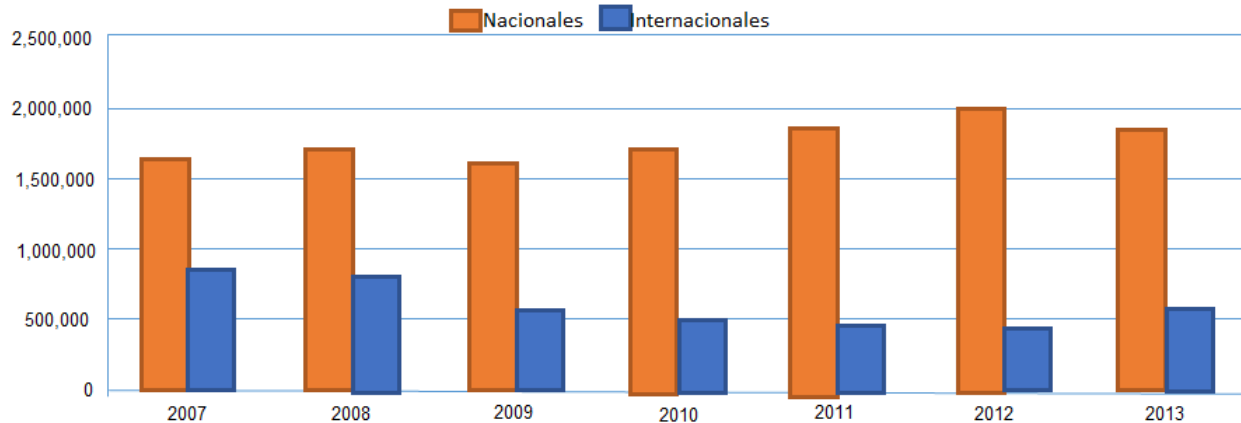


Gráfico 6. Afluencia de visitantes anual Riviera Nayarit Fuente: Observatorio Turístico, México (2014).

La llegada de estos turistas a Nayarit se ha convertido en un estímulo para el crecimiento de emprendimientos familiares en tiendas de souvenirs, restaurantes, discotecas, bares, entre otros. Ya que las personas en busca de mejorar sus ingresos familiares, ven el interés de los turistas por disfrutar de productos y servicios variados, el ánimo de comprar souvenirs que muestren el lugar que visitaron y los objetos característicos de la región como los sombreros de charro, las katarinas, el tequila, los dulces, la comida picante, entre otros.

De igual forma, el fortalecimiento de competencias en diferentes áreas que apoyan el turismo de bienestar, que han conseguido los habitantes del estado Nayarit, han permitido su participación en el desarrollo de la actividad turística receptiva que se maneja en la región. Entre las áreas que se han beneficiado con el fortalecimiento de competencias están: el bilingüismo, el servicio al cliente, la profesionalización en servicios especializados en terapias de bienestar corporal, la administración de pequeños y medianos emprendimientos.

11.2 Planta turística e infraestructura

Otro aspecto que se ha visto impactado por el turismo de bienestar es el desarrollo y mejoramiento de la infraestructura y la planta hotelera, toda vez que ha tenido mejoramiento e inversión, como por ejemplo: las vías, la distribución de los servicios públicos, las escuelas, las universidades y las viviendas, que ayudan a mejorar, enaltecer y volver atractivo el destino turístico.

Por otra parte, el turismo de bienestar también ha motivado la construcción de establecimientos turísticos como hoteles pertenecientes en su mayoría a las cadenas hoteleras (Dreams, Secrets, Brisas, Riu, Velas, Real Resorts, Emporio, Fairmont, Occidental y Barcelo) zonas comerciales, restaurantes, bares, etc, provocando una reducción notoria de espacio para las viviendas de los habitantes naturales de la región, sugiriendo un desplazamiento de los Nayaritas a otros estados del país, dejando atrás su tradición, su cultura, y su arraigo regional.

De igual forma También se genera gran congestión vehicular en las vías, sobre todo en las temporadas altas lo que interrumpe las actividades y produce disgusto a los habitantes y turistas.

11.3 Grado de desarrollo turístico

El desarrollo turístico de la Riviera Nayarit es alto, debido a las características geográficas de la misma, por tener relieves singulares sobre tipos de roca poco comunes, cuerpos de agua salada o dulce multicolorida, vegetación prístina, entre otros... (Márquez & Ocampo, 2009) que hacen de este un destino particular y de gran acogida.

Sin embargo dentro de los impactos negativos y pese a lo proyectado en los planes de desarrollo no se evidencia el cumplimiento de los mismos debido a factores de corrupción e incumplimiento de promesas en campañas políticas, así, en el afán de lograr mayor

recepción de dinero estas zonas naturales se ven vulneradas por la construcción de complejos hoteleros y otros establecimientos.

Otro factor negativo es de la especulación en el valor de los terrenos cuyo valor por metro cuadrado es de aproximadamente 500 MXN, la falta de evaluación de otros lugares del país y del mundo con las mismas características en las que el desarrollo turístico desmedido ha generado consecuencias negativas y daños irreparables en los recursos naturales de la región. (Márquez & Ocampo, 2009)

Según el gobierno estatal dentro de la Riviera Nayarit en casi todas las localidades rurales existe carencia de servicios básicos de calidad como agua potable, drenajes sanitarios y energía, lo que no demuestra un avance favorable en la región porque no beneficia a gran parte de su comunidad. (Márquez & Ocampo, 2009)

11.4 Condiciones Socioculturales

A nivel sociocultural la juventud se ve afectada por adoptar costumbres que no son propias de su comunidad, por lo tanto se observa en un país como México que tiene una identidad cultural ancestral muy marcada empieza a perderla, generando con esto una debilidad porque uno de los atractivos más llamativos para los turistas extranjeros es precisamente familiarizarse y vivir la experiencia de conocer esta cultura.

Sin embargo, el acelerado desarrollo turístico que presenta la Riviera Nayarit, ocasiona una transculturación que desvanece la identidad de los habitantes provocando deterioro en el arraigo cultural de la región, el desapego de las costumbres indígenas y mexicana en general, debido a la afluencia de turistas extranjeros; esto se debe a que los jóvenes habitantes del lugar, que en su mayoría trabajan prestando servicios turísticos empiezan a adoptar las costumbres, vestimenta, dialecto y comportamiento de los turistas extranjeros, dejando de lado el arraigo cultural de sus familias, su tradiciones

gastronómicas, su música representativa, su dialecto y hasta las costumbres religiosas de las mismas.

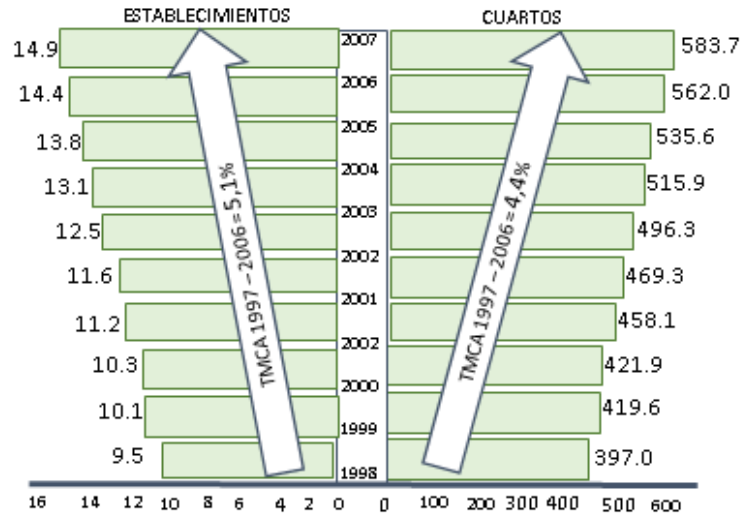


Gráfico 7. Evolución del número de hoteles y cuartos (miles) Fuente: Plan estatal de Desarrollo Turístico de Nayarit (2005-2011).

En el lado izquierdo de la Gráfica No. 7 se evidencia el movimiento ascendente en el número de establecimientos hoteleros construidos desde el año 1998 hasta el 2007, con una TMCA de 5.1%, en el cual se ve que en el año 1998 se construyeron 9.5 establecimientos llegando a 14.9 en el año 2007. Comparado con el número de cuartos construidos en los mismos años con una TMCA de 4.4% siendo construidos en el año 1998, 397.0 Cuartos de alojamiento llegando a 583.7 en 2007.

Por otro lado y teniendo en cuenta que el turismo trae consigo impactos que pueden ser percibidos como positivos y/o negativos, el trabajo de campo propio de esta investigación tomará como base para identificar los cambios que el turismo genera en la región y la comunidad donde se desarrolla, el estudio citado por Mendoza, Monterrubio & Fernández (2011) en el que se realiza una primer investigación de este tipo en Massachusetts, Estados Unidos, desde una visión empresarial, obteniendo como

resultado el tránsito vehicular, el ruido, el aumento en el precio de bienes y servicios, el uso de drogas y el consumo de alcohol como impactos negativos del turismo. Mendoza, Monterrubio & Fernández (2011, p.51).

De esta forma las variables a estudiar para identificación de impactos negativos en Nayarit serán: la congestión vehicular, el aumento en el precio de los bienes y servicios, la disminución del espacio público, pérdida de cultura, analfabetismo, discriminación, prostitución, cambios forzosos de residencia.

A pesar de que toda la región y sus habitantes dependen del turismo en total, se evidencia que desde la aparición de la actividad turística la comunidad ha sufrido y se ha visto limitada a que si no puede hacer parte del sector debe desplazarse en ocasiones contra su voluntad a otros lugares del país con el fin de acogerse a nuevas oportunidades o simplemente a continuar realizando las actividades que ya conocen y dominan, siendo un ejemplo de ello los agricultores.

Al mismo tiempo, se evidencia que la actividad turística proporciona impactos positivos como, generación de ingresos, mejor calidad de vida, incremento de la actividad comercial, aprovechamiento de recursos naturales.

11.5 Condiciones económicas de la región

Las condiciones económicas para los habitantes de Nayarit se pueden observar desde diferentes puntos de vista, por ejemplo se pueden evidenciar características positivas si se evalúan los emprendimientos en cuanto a negocios para la atención de turistas, la generación de empleo alrededor del turismo y el turismo de bienestar, las crecientes oportunidades de educación relacionada con el turismo, entre otras.

También para el estado en general ha sido un punto a favor si se habla de la economía pues gracias a la entrada de turistas extranjeros se ha impulsado el

crecimiento económico por las grandes sumas de dinero que gastan cuando viajan a este lugar.

Según el primer informe de labores de SECTUR en 2013, Los ingresos realizados por parte del turismo internacional ascendieron a cinco mil ochocientos ocho millones de dólares (81.6% del total de divisas recibidas por el país), y los ingresos por el turismo fronterizo fueron de US 256 millones. (SECTUR, 2013)

Por otro lado y evaluando aspectos negativos se encuentra el desplazamiento de muchas familias que han tenido que cambiar su lugar de vivienda y migrar a otros estados o países debido a que el fuerte desarrollo turístico ha cerrado las puertas a su forma de trabajo, un ejemplo de ello son los agricultores quienes por la variación de los terrenos y por el uso de los mismos para la construcción de complejos turísticos u hoteles, ya no pudieron seguir trabajando la tierra y sus frutos, lo que ha producido efectos adversos ya que han tenido que asumir costos en el proceso de cambio de vivienda y de acoplamiento a su nuevo lugar.

Como muestra de la transición de las actividades económicas en los años 1980 y 1990, la mitad de los municipios de Nayarit (Ahuacatlán, Amatlán de Cañas, El Nayar, Huajicori, La Yesca, Rosamorada, San Blas, San Pedro Lagunillas, Santa María del Oro y Santiago Ixcuintla) aproximadamente el 50% de su Población económicamente activa PEA se dedicaba al sector primario; posteriormente en el año 2000 se conoció que solo siete de los municipios concentraban más del 50% de su PEA en el sector primario; y para el año 2000 sólo siete (El Nayar, Huajicori, La Yesca, Rosamorada, San Blas, San Pedro Lagunillas y Santiago Ixcuintla) que representa el 35% se dedicaban a esta actividad. (Márquez & Ocampo, 2009)

La población ocupada en Nayarit en la actualidad se dedica en su mayoría en actividades del sector terciario (comercio y servicios) con un 62.09%, le sigue la población ocupada

en el sector primario con el 19.32 %, lo que demuestra el crecimiento de la actividad turística en la Región.(Periódico oficial, Organo del Gobierno del estado de Nayarit,2009)

Según información brindada por los docentes de la Universidad Tecnológica de Bahía Banderas, antes de la aparición del turismo de bienestar en la región, una de sus mayores actividades económicas estaban encaminadas a la minería de plata en un municipio llamado San Sebastián del oeste, que está ubicado en la sierra que rodea a la región y que posteriormente con la caída internacional del precio de la plata se produjo un desplazamiento de las comunidades que habitaban este lugar hacia Puerto Vallarta y Riviera Nayarit en busca de nuevas oportunidades.

Después de esta crisis y sin ninguna clase de proceso de industrialización los habitantes de la Riviera Nayarit decidieron avanzar al sector terciario y desde ese momento adoptaron al turismo como nueva actividad económica.

Una de las particularidades del turismo y el turismo de bienestar en la región de Nayarit es el uso de la mano de obra, lo que incentiva el movimiento de otros sectores de la economía, esto conlleva a evidenciar el carácter social de la planeación del turismo en la región, el empoderamiento de la mujer por medio de generación de empleo y otorgamiento de oportunidades, el aprovechamiento de activos de la región como la naturaleza y la cultura son características que demuestran que el turismo y a su vez el turismo de bienestar son herramientas valiosas para combatir la pobreza. (Periódico oficial, Organo del Gobierno del estado de Nayarit,2009)

Una variable a destacar en cuanto a la planeación del turismo en el estado de Nayarit, es la inclusión de diversos entes de la sociedad en los planes de acción como es el ejemplo del Programa Estatal de Desarrollo Turístico 2011- 2017, el cual se desarrolló por medio de foros temáticos, regionales y ciudadanos en los que participaron los tres órdenes de gobierno (federal, estatal y municipal), la sociedad civil, empresarios, grupos étnicos, a la comunidad Nayarita, medios de comunicación, entre otros. Lo que

demuestra la importancia que tiene la participación de la ciudadanía y de los empresarios del turismo para la toma de decisiones en el gobierno. (Periódico oficial, Organo del Gobierno del estado de Nayarit, 2012).

Con el fin de darles participación a los ciudadanos se llevaron a cabo varias asambleas comunitarias en las que se reunieron 2.862 solicitudes repartidas así:

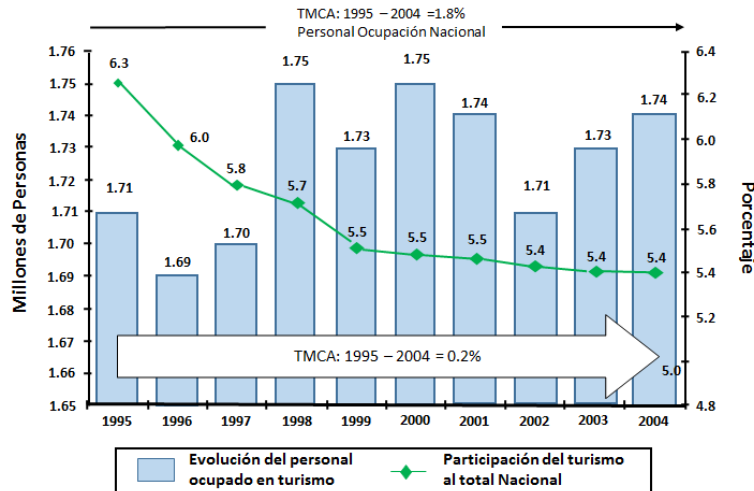
Regiones / Municipios	Peticiones	Regiones / Municipios	Peticiones
Región Norte	509	Región Sur	448
Acaponeta	121	Ahuacatlán	56
Rosamorada	117	Amatlán de Cañas	87
Ruiz	167	Ixtlán del Río	102
Tuxpan	104	Jala	53
Región Costa Norte	739	Santa María del Oro	122
San Blas	147	San Pedro Lagunillas	28
Santiago	372	Región Costa Sur	442
Tecuala	220	Bahía De Banderas	79
Región Centro	502	Compostela	363
Tepic	437	Región Sierra	222
Xalisco	65	Del Nayar	134
		Huajicori	56
		La Yesca	32
		Total	2 862

Fuente: Secretaría de Planeación, Programación y Presupuesto 2012.

Gráfica 8. Solicitudes de asambleas comunitarias en los 20 municipios de Nayarit. Fuente: Plan estatal de Desarrollo Turístico de Nayarit (2011-2017).

En la gráfica No. 8 se muestran el número peticiones por municipios que participaron en la creación del Plan estatal de Desarrollo Turístico 2011- 2017.

En cuanto a generación de empleo por parte del turismo en México para el año 2004, la actividad turística generó 1.7 millones de empleos. Sin embargo, se evidencia que mientras a nivel nacional de 1995 al 2004, la tasa de empleo mostró un crecimiento de 1.8%, el turismo sólo presentó una tasa del 0.2%, se observa una tendencia a la baja. Aunque el empleo en el turismo expone un movimiento constante pero una tasa de crecimiento mínima. Esta deficiencia se debe a los actos terroristas de las últimas épocas como los de septiembre de 2001 en Estados Unidos. Gobierno del estado de Nayarit (2009).



Gráfica 9. Personal ocupado vs participación del turismo (Millones de personas y porcentaje) Fuente: Plan estatal de Desarrollo Turístico de Nayarit (2005-2011).

En la gráfica No. 9 se muestran los datos sobre la evolución de empleos y el personal que se dedica al sector turismo, comparado con la participación del turismo en el país durante el periodo comprendido por los años de 1995 a 2004, evidenciando una TMCA de 0.2%. Se observa por ejemplo que había 1.71 millones de personas ocupadas en el turismo junto a una participación en generación de empleos del mismo de 6.3% durante el año de 1995, llegando a 1.74 millones de personas empleadas en el sector con un 5.4% de participación del turismo en la generación de empleos del país.

Con respecto a la cantidad de empleos en el estado de Nayarit en el año 2006 se evidenció un promedio de 408.3 miles de empleados en el Estado, el sector de servicios generó una porción de 61.5% de empleo; por su parte el alojamiento los alimentos y las bebidas emplearon 39.2 mil personas que representan 16.0% del total de empleados en el sector de los servicios y 9.6% de los empleos en el Estado. Periódico oficial, Organo del Gobierno del estado de Nayarit (2009)

ANÁLISIS DE IMPACTOS GENERADOS POR EL TURISMO DE BIENESTAR. CASO: RIVIERA NAYARIT, MÉXICO

Región	Población ocupada	Sector de actividad económica			
		Primario ¹	Secundario ²	Servicios ³	No especificado
Norte	40,054.0	29.68	15.13	49.83	5.37
Centro	179,818	10.25	19.73	69.44	0.58
Sur	35,286	35.11	16.97	47.59	0.33
Costa Sur	83,339	13.83	18.8	66.76	0.61
Sierra	12,973	67.36	13.34	17.96	1.34
Costa Norte	64,048	41.05	13.58	44.48	0.90
Nayarit	415,518	19.32	17.54	62.09	1.04
Nacional	42,699,571	13.36	24.44	60.88	1.32

INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010: Tabulados del Cuestionario Ampliado
 Nota: ¹ Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca. ² Minería, extracción de petróleo y gas, industria manufacturera, electricidad, agua y construcción. ³ Transporte, gobierno y otros servicios.

Gráfico 10. *Personal ocupado vs participación del turismo (Millones de personas y porcentaje).*

En la gráfica No. 10 Se evidencia que 62.09% de la población en el estado se encuentra ocupada en el sector de los servicios y dicha población representa al 60.88% de las personas ocupadas en el sector a nivel nacional, esto demuestra el auge que ha tomado la actividad turística sobretodo en la zonas centro y sur del estado siendo un porcentaje representativo de generación de empleo en los últimos años.(Turismo, Periódico oficial, Órgano del Gobierno del estado de Nayarit, 2012).

ANÁLISIS DE IMPACTOS GENERADOS POR EL TURISMO DE BIENESTAR. CASO: RIVIERA NAYARIT, MÉXICO

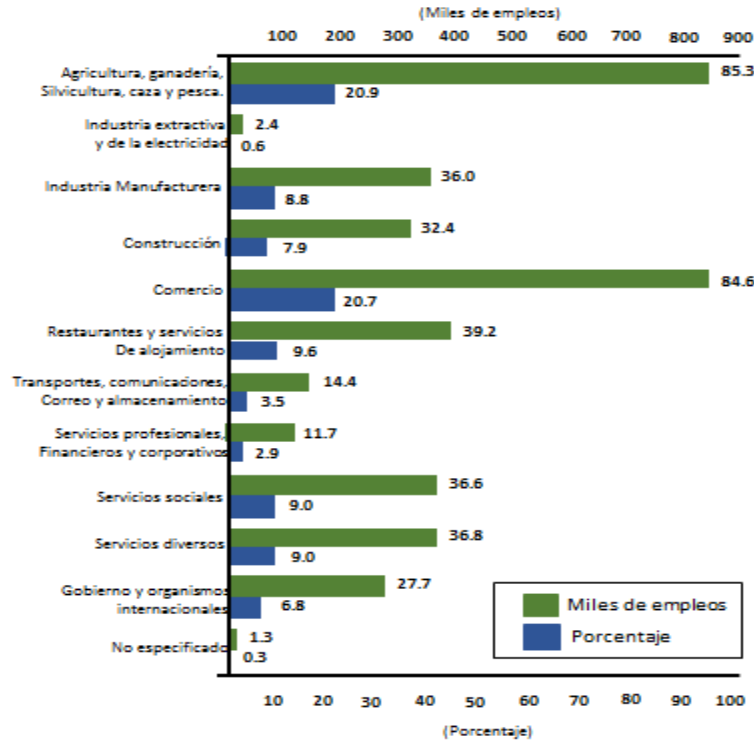


Gráfico 11. Empleos en el Estado de Nayarit (Miles de empleos/porcentaje) Fuente: Plan estatal de Desarrollo Turístico de Nayarit (2005-2011).

En la gráfica No.11 se evidencia la participación de empleos en turismo con respecto a otras actividades económicas que se realizan en el País. Mostrando que los restaurantes y servicios de alojamiento aportan 39.2 (miles de empleos) lo que deduce un 9.6% de personas que laboran para el sector de los servicios.

En el caso de la inversión en turismo en México, para el periodo de 2001 al 2007 tuvo mayor relevancia para los siguientes estados: Guerrero, Quintana Roo, Sonora y Nayarit, con 3,494.8, 2,751.8, 1414.9 y 1296.5 millones de dólares respectivamente. Gobierno del estado de Nayarit (2009).

ANÁLISIS DE IMPACTOS GENERADOS POR EL TURISMO DE BIENESTAR. CASO: RIVIERA NAYARIT, MÉXICO

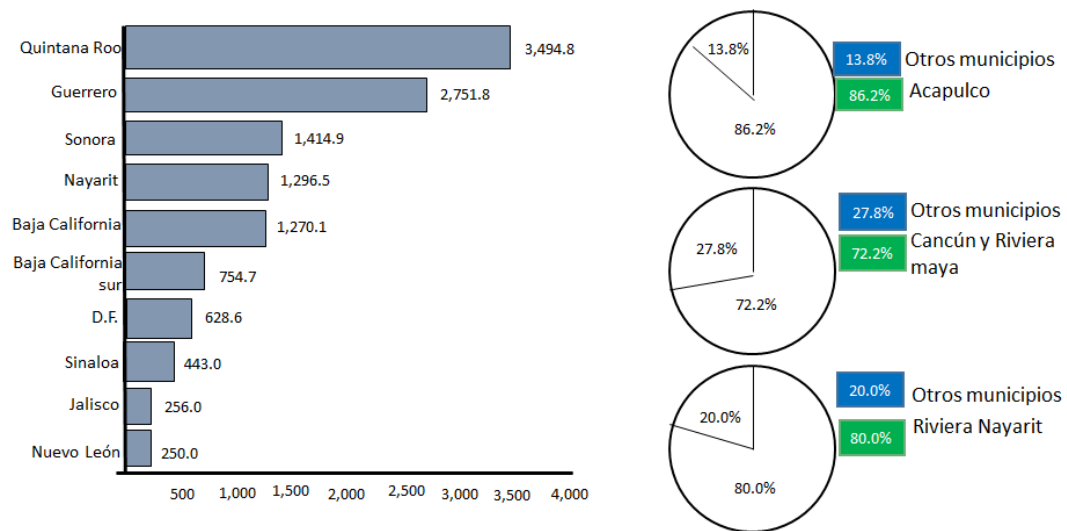


Gráfico 12. Inversión turística en los principales estados, 2001-2007 (Millones de dólares) Fuente: Plan estatal de Desarrollo Turístico de Nayarit (2005-2011).

En la gráfica No. 12 se demuestra la cantidad en millones de dólares que se han invertido para el desarrollo del turismo en el país, mostrando que la mayor inversión se ha realizado en la localidad de Quintana Roo con 3.494.8 millones de dólares, seguido por Guerrero con 2.751.8 millones, luego Sonora con 1.414.9 millones, Nayarit con 1.296.5 millones y por último dentro de los de mayor inversión se encuentra Baja california con 1.270.1 millones de dólares.

ANÁLISIS DE IMPACTOS GENERADOS POR EL TURISMO DE BIENESTAR. CASO: RIVIERA NAYARIT, MÉXICO

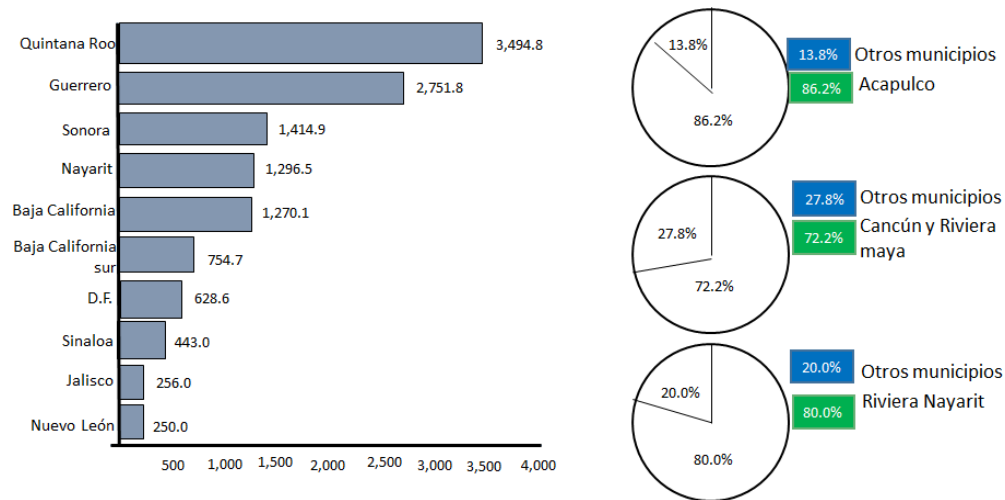


Gráfico 13. Inversión turística en los principales estados, 2001-2007 (Millones de dólares) Fuente: Plan estatal de Desarrollo Turístico de Nayarit (2005-2011).

En la gráfica No. 13 se evidencia la inversión turística que se ha realizado en diferentes localidades de México en el primer diagrama de torta se evidencia que Acapulco ha tenido una inversión de 86.2% con respecto a otros municipios en los que se ha invertido 13.8%, en el segundo Diagrama encontramos a Cancún y la Riviera Maya con 72.32% de inversión y en los otros municipios se invierte un 27.8%, y finalmente se encuentra la Riviera Nayarit con 80% de inversión frente a los otros municipios que obtienen un 20%.

La inversión turística en México se concentra en los destinos de sol y playa siendo este el nicho principal de mercados en Nayarit, pero actualmente se puede tomar al turismo de bienestar como un producto innovador para darle apertura a nuevas líneas de negocio y nuevos servicios que atraigan otro tipo de turistas. Lugar libre de estrés (2005).

Antes de la potente aparición del turismo de bienestar en la región de Nayarit su actividad económica principal se basaba en la agricultura, con la explosión del turismo a partir de los años 90 se generó un valor agregado a la región provocando un crecimiento de dichas actividades de la siguiente manera: La agricultura tuvo un crecimiento de 12,47%, el sector manufacturero por su parte creció en un 39,42%, el comercio un 37,36% mientras

el sector de los servicios creció en un 41,42%. Este crecimiento por parte del sector de los servicios ha ido demostrando las facultades del turismo en la región ya que evidencia que se ha impulsado el comercio en la parte urbana de la región.

12. Hallazgos

A continuación se encuentran los hallazgos evidenciados durante todo el proceso de la realización de la presente investigación:

Con base en el trabajo de campo realizado por el grupo investigador y por medio de la realización de entrevistas y observación del entorno se pudo evidenciar que existe una característica de Riviera Nayarit que hace más atractivo el turismo de bienestar, esta es el uso de los insumos que provee la naturaleza en los tratamientos que se ofrecen en los spas, lo que brinda un valor agregado al turismo y es una gran oportunidad para los operadores.

Esta actividad de turismo de bienestar ha captado un gran mercado turístico para el lugar, sin embargo es difícil obtener cifras de la cantidad de turistas que recibe Nuevo Vallarta (Nayarit), que es el corredor turístico central de la Riviera Nayarit, dado que el aeropuerto, la central camionera y la administración portuaria, se encuentran en el municipio de Puerto Vallarta (Jalisco) (la distancia que separa a estos dos municipios es de 13,4 km, aproximadamente 27 min) y los turistas que llegan a la región siempre están trasladándose a realizar sus diferentes actividades de un municipio a otro. (Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas, entrevista, marzo de 2015)

Sin embargo esto no ha significado ningún inconveniente para el desarrollo del turismo de bienestar, se tiene conocimiento de que los visitantes que más frecuentan Nayarit con el fin de disfrutar de sus servicios turísticos y de bienestar provienen de Estados Unidos y Canadá, esto se debe a la cercanía de dichos países con México, lo que facilita el desplazamiento. Sus visitas se extienden a más de 6 días aproximadamente (Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas, entrevista, marzo de

2015); el valor de los productos y servicios, es considerado un factor que influye en la cantidad de visitantes, en vista de que el peso mexicano tiene un nivel de devaluó con respecto al dólar a causa de que la inflación en México es mayor a la de EE.UU, (Manuel Aguirre, 2013).

12.1 Educación

El dominio de un segundo idioma, es un aspecto positivo de este intercambio cultural, ya que se capacita a los empleados para atender a los visitantes por ejemplo americanos o canadienses en inglés para que el servicio sea prestado de la mejor manera y generar oportunidades de crecimiento laboral y personal.

De acuerdo a esto la educación es un activo importante para la profesionalización de la actividad turística en la región, lo que llevó a la Universidad Tecnológica de Bahía Banderas a contribuir a que las personas tuvieran mejores oportunidades laborales mediante la creación del programa de Gestión y Desarrollo Turístico, con el fin de capacitar a los jóvenes para que tengan mejores ingresos, mayor desarrollo profesional y personal, también, porque los empresarios tienen ciertos estándares de contratación a la hora de vincular al personal que va a prestar servicio a sus clientes.

Antes de que la Universidad Tecnológica de Bahía Banderas creará el programa de Terapia Física y SPA las personas interesadas en trabajar en el sector debían capacitarse con agentes externos, personas que viajaban a ese lugar y preparaban de manera individual a los interesados, lo que reducía las oportunidades, ya que no todas las personas tenían los recursos para acceder a este tipo de preparación, por lo que la universidad decidió formalizar dicha instrucción.

Para potenciar la actividad de turismo de bienestar en la región se combinan la carrera de Gestión y Desarrollo Turístico con Terapia Física, SPA, en el segundo año de la carrera de turismo hay un espacio académico dedicado a conocer la parte administrativa de los spa su funcionamiento y demás, por su parte en la carrera de terapia

física y Spa se manejan las técnicas y tratamientos que se brindan en esta clase de establecimientos de los cuales en Riviera Nayarit hay 21.

Los estudiantes de la universidad en su mayoría son del estado de Jalisco y del estado de Nayarit, sin embargo estudiantes que tienen la carrera técnica de otras universidades y que viven o son nativos de otros estados del país y quieren terminar la licenciatura se desplazan al municipio de Bahía Banderas a terminar sus estudios, además por la zona donde está ubicada la universidad es un gran atractivo por las oportunidades que brinda el lugar. No se conoce la cifra exacta de los estudiantes provenientes de otros lugares, ya que las instituciones no tienen o no demuestran interés en registrar o contabilizar dichos datos.

La universidad cuenta con becas que abren oportunidad a personas que no tienen recursos para pagar sus estudios, otorgan becas institucionales brindadas por la universidad en la cual se condona parte o el total del pago del cuatrimestre y esta beca se mantiene por promedio académico y dependiendo de este se determina el porcentaje que se le descuenta. También existen las becas federales en las que el Estado da un apoyo económico que se entrega por medio de una tarjeta bancaria.

El porcentaje de empleabilidad de los estudiantes egresados de la universidad en la primera generación de licenciados es de 80%, se encuentran empleados en el sector y en cargos afines a su profesión, sobre todo en el programa de fisioterapia ya que en la región hay muchas posibilidades de crecimiento hacia los spa y los tratamientos afines, el resto de ellos no está empleado por temas familiares o personales. (Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas, comunicación personal, marzo de 2015)

Afortunadamente las prácticas empresariales abren las puertas a los estudiantes al campo laboral, debido que en la mayoría de los casos al culminar el tiempo de práctica son contratados en dichas empresas para continuar su vida profesional.

12.2 Planta turística

Gracias al inicio y desarrollo del turismo de bienestar en la región la estructura organizacional y la planta turística del estado de Nayarit ha tenido un aporte significativo, se creó el municipio de Bahía de Banderas que anteriormente hacía parte de otro municipio con el fin de ser un intermediario, un puente de acceso entre Puerto Vallarta y Nuevo Vallarta y ser un generador de facilidades turísticas para sus visitantes.

Así mismo los inversionistas de las grandes cadenas hoteleras vieron la oportunidad de construir grandes y lujosos hoteles y complejos hoteleros, lo que convierte a Riviera Nayarit en un destino de clase mundial y al mismo tiempo hace que la calidad de vida de los habitantes mejore por ejemplo con sus viviendas y los lugares que frecuentan, con el fin de hacer más atractiva la ciudad en general para quienes los visitan.

Debido al auge que genera el turismo en el estado de Nayarit por sus paisajes y variedad de servicios y atractivos turísticos, llegan muchos turistas a este lugar, lastimosamente cuando llegan las épocas de temporada alta se presenta cierto grado de congestión en las vías lo que denota altos índices de intolerancia y se ve afectada en cierta parte la convivencia entre los habitantes y los turistas, esto produce una sensación de desagrado para algunos de los nativos y los lleva a ver al turismo como un generador de incomodidad.

12.3 Comunidad

Los municipios también son proveedores de cultura, tradiciones y arraigos que se evidencian en la plaza principal de Sayulita, Puerto Vallarta y Nuevo Vallarta, dado que las comunidades indígenas llegan al pueblo a vender sus artesanías y se les puede apreciar elaborándolas, lo que demuestra la fuerza cultural que hay en la región y esto es un activo importante para el turismo porque los visitantes van en búsqueda de conocer estos arraigos y así enriquecer su cultura también.

Gracias al turismo se puede observar a los jóvenes con más interés por aprender sobre el sector y emplearse en empresas turísticas que les permiten tener ingresos mejores y ayudar a sus familias, además esta conducta ayuda a reducir los índices de violencia y delincuencia que han afectado a México en los últimos años por la desigualdad económica y falta de oportunidades.

De acuerdo a lo anterior la calidad de vida de los habitantes se mejora por las condiciones que se generan para la prestación de servicios turísticos, esto se evidencia en el aumento en la sensación de seguridad, el contacto con visitantes de otros países enaltece la cultura, las facilidades y servicios básicos de mejor calidad para todos y la oportunidad de enriquecer y aprovechar los emprendimientos, entre otros.

12.4 Empresarios

En el Spa Grand Velas el cual fue visitado por el equipo investigador es considerado uno de los mejores spa de la región ellos se basan en la atención personalizada a los clientes lo que los ha llevado a posicionarse en este lugar, según la gerente de dicho spa, y las terapeutas o valet spa llegan a recibir los tratamientos en temporada baja aproximadamente 90 personas al mes, mientras que en temporada alta pueden llegar a atenderse hasta a 1500 personas.

Lamentablemente debido a la ausencia documental estos hallazgos se hacen de acuerdo a la observación del equipo investigador, donde se han evidenciado características y comportamientos que definen a la comunidad y su entorno mientras se realiza el turismo

13 Conclusiones

Después de realizada la presente investigación, y de haber identificado los diferentes impactos socioculturales generados alrededor del turismo de bienestar, se concluye lo siguiente:

- Se evidencia que los principales países de investigación son México, Alemania, Francia, España, Italia y Tailandia, en vista de que son los países con mayor participación en el turismo de bienestar, impactando socioculturalmente a cada uno de maneras distintas, por ejemplo: Alemania, un país que identificó que sus ingresos eran mayores por 1 turista de bienestar que por 1 turista en general, esto impulsó a Alemania a mejorar sus estándares de calidad y a invertir más en esta tipología de turismo.
- Se identifica que en vista de la participación de México en la Alianza del Pacífico se pretende aumentar el ingreso de turistas provenientes de los países pertenecientes a la alianza, motivando a México a mejorar su promoción en estos países, a aumentar su frecuencia aérea y facilitar el ingreso de esos posibles turistas.
- A raíz de la investigación realizada se ha evidenciado que con la gran variedad de actividades que existen dentro del turismo de bienestar alrededor del mundo, en Riviera Nayarit, México, las más relevantes y que atraen a los turistas son: los spas con sus centros especializados que debido a la innumerable variedad y al excelente servicio brindado genera satisfacción en los clientes lo que propicia el deseo de volver al destino en busca de relajación y descanso a través de los diversos tratamientos ofrecidos, junto a los spa también otra actividad muy llamativa para los turistas de Nayarit es el temazcal, debido a que hace parte de la cultura y arraigo mexicano, por lo tanto, se vuelve cada vez más atractivo porque es una manera de conocer las tradiciones y rituales heredados de sus ancestros, otra importante actividad son los termales, pues debido a que el estado

de Nayarit se encuentra rodeado de cumbres y cañones esto proporciona aguas ricas en minerales, perfectas y apropiadas para realizar dicha actividad.

- El impacto que ha generado el turismo a nivel macroeconómico y la observación de organizaciones como la OMT, han demostrado que las américas ocupan el tercer lugar a nivel global en recepción de turistas, con alrededor de 163.2 millones después de Asia y Europa, esto no se debe únicamente al clima o los paisajes también a la fuerte identidad cultural del continente que atrae a más turistas cada vez.
- Si se hace una comparación entre México e Italia en cuanto a generación de empleos por concepto de turismo de bienestar, se encuentra que a pesar que la población de Italia equivale al 50.5% del total de la de México este no es proporcional con la empleabilidad y capacitación de sus habitantes en esta tipología de turismo, lo que demuestra una baja inversión en el sector estando 39% por debajo de los empleos en turismo de bienestar de Italia. Si México desea incrementar de una manera proporcional los empleos en turismo de bienestar, debe evaluar y tal vez adoptar algunas de las estrategias que Italia implementó como la alianza entre el país y una institución que agremie a los establecimientos que brinden servicios de turismo de bienestar en este caso llamada FEDERTERME que busca auxiliar a balnearios en crisis, y así incrementar el índice de ocupabilidad presente en esta tipología de turismo.
- Se evidencia que del total de la población de México, solo el 0,03% se encuentra empleado en turismo de bienestar, lo que demuestra que falta inclusión de la sociedad en estas prácticas, el gobierno podría generar programas que inciten a los jóvenes a prepararse en este área del turismo y así mejorar la prestación del servicio, generar oportunidades de empleo y de paso mejorar la calidad de vida de los habitantes.
- Según Sara Jones editora de la Revista Spa Professional México más de 60 millones de dólares son generados por el turismo de bienestar con México y el caribe a la cabeza en el continente, haciendo a esta tipología de turismo uno de

los más redituables y abriendo posibilidades de inversión y potenciación del sector, además de la generación de empleo y la inclusión de la juventud en la actividad turística lo que disminuiría los índices de delincuencia juvenil y desigualdad.

- México podría fortalecer el sector del turismo de bienestar incrementando la inversión de una manera proporcional al PIB y la economía local, generando alianzas, como lo hicieron Colombia y España, además de aprovechar los recursos natural y humano con los que cuenta.
- La capacitación de los terapeutas y demás personal interesado en las prácticas relacionadas con spa y turismo de bienestar se brindaba por capacitadores independientes, lo que generaba un costo elevado, dificultaba el aprendizaje y no era asequible para todas las personas que se inclinaban por esta disciplina, con el fin de contrarrestar esta situación e impulsar la organización y formalizar la educación en dichas ramas del turismo La Universidad Tecnológica de Bahía Banderas creó el programa de Terapia Física SPA, lo que ha propiciado una imagen de profesionalización e inclusión de la comunidad del estado en la industria hotelera.
- El bilingüismo es un gran aporte para el éxito de los servicios de turismo y turismo de bienestar en la región, gracias a que los empleados de los diferentes establecimientos dominan el idioma inglés y así logran que la satisfacción del cliente suba, y por medio de su experiencia se convoque a más gente incrementando el consumo por parte del turista y propiciando el intercambio cultural y se genere un sentido de pertenencia más fuerte tanto en los turistas como en los empleados.
- Teniendo en cuenta que el objetivo de la investigación no es profundizar en aspectos económicos ya que el enfoque de la investigación es aspectos socioculturales, solo se evalúan aspectos que puedan afectar socialmente a la comunidad nayarita por ejemplo con el crecimiento de los ingresos por un mejor

empleo o por los emprendimientos que se generan por medio de las oportunidades que ofrece el turismo y turismo de bienestar en la región.

- Con base en el trabajo de campo realizado se evidencia que los spas de Riviera Nayarit no se encuentran agremiados por una asociación, lo cual implica una alta tasa de individualidad en los estándares, procesos y procedimientos que maneja cada spa. México podría mejorar en este aspecto si se estableciera un gremio consolidado que certifique y promocióne los diferentes desarrollos y oportunidades de crecimiento de los spas aliados.
- Se demuestra que el mayor número de visitantes y turistas que recibe la Riviera Nayarit y México en general, son personas provenientes de Norte América, debido a la cercanía geográfica que tiene México con estos países, pero no obstante algunos spas tienen previstos eventos y campañas promocionales que atraigan la atención de otro tipo de turistas, como turistas de América Latina, lo cual mejoraría el crecimiento de la actividad económica del turismo, además de generar integración entre los habitantes de los países vecinos del sur y un fortalecimiento de la identidad latinoamericana.
- De acuerdo a los aportes económicos y productivos de la actividad del turismo de bienestar, se evidencia que Riviera Nayarit es uno de los lugares turísticos más importantes de México, dado que representa diferentes ingresos cuantiosos para la región, aumentando no solo su economía sino también su valor cultural y haciendo cada vez más representativo su nombre a nivel mundial.
- Se incrementó significativamente la inversión de la infraestructura debido al auge del turismo en Riviera Nayarit y en gran parte por el turismo de bienestar, lo que llevó a la creación de un nuevo municipio y la posibilidad de nuevas oportunidades de mercado con la unión de los municipios Puerto Vallarta y Nuevo Vallarta, lo que promete mejorar a la vez la calidad de vida de los habitantes estén o no empleados en el sector.
- Se evidencia que debido a la popularidad del sector turístico y el aumento de oportunidades laborales que este genera, son cada vez más los jóvenes que se

interesan por estudiar y hacer parte de la actividad turística, lo cual genera un impacto positivo en la educación de la región.

- Con el paso de los años las principales actividades económicas llevadas a cabo en Riviera Nayarit han cambiado de manera drástica, por ejemplo hace más de 20 años la principal actividad era la minería especialmente la extracción de plata, pero después de varios cambios que hubo en la economía de la época, la población Nayarita se vio obligada a buscar nuevas fuentes de ingreso y de allí se optó por sacar provecho a la variedad de recursos naturales para la realización de turismo y de esta manera atraer a gran cantidad de visitantes tanto nacionales como internacionales
- En la Realización del Programa Estatal de Desarrollo Turístico 2005-2011, el Estado permitió la participación a ciudadanos y representantes de los diferentes prestadores de servicios turísticos a través diferentes estrategias como encuestas, lo cual indica que hay una política de inclusión en el estado de Nayarit y una alta participación por los entes del sector, por lo tanto es un turismo planificado colectivamente que permite ver los diferentes puntos de vista de cada área del sector turístico.
- A cifras actuales registradas de aspectos socioculturales en Riviera Nayarit, a través de la investigación se dedujo que este tipo de información es escasa tanto en el mismo estado de Nayarit como en otro tipo de fuentes consultadas, sin embargo en el trabajo de campo se evidenció un gran interés por parte de la comunidad en involucrarse en el turismo de bienestar considerándolo una de las actividades más importantes para la economía de su estado.

14. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AEN Argentina en Noticias. (2014, 09, 05). *La Argentina será centro internacional de turismo termal*. Argentina.ar. Recuperado de:

<http://www.argentina.ar/temas/turismo/31528-la-argentina-sera-centro-internacional-de-turismo-termal>

Abalnearios.com. (1999). Hidroterapia. España. Recuperado de <http://www.abalnearios.com/hidroterapia/index.html>

AITB - Asociación Iberoamericana de Termalismo y Bienestar. (2011). Formamos a los nuevos profesionales fomentando un futuro sólido, sostenible y rico del sector del turismo termal, de salud y de bienestar. España. Recuperado de: <http://cursos-aitb.com/formacion/formacion.html>

Aguirre Botello, M. (abril 2013). MexicoMaxico. México D.F. México en tus sentidos. <http://www.mexicomaxico.org/Voto/SobreVal02.htm>.

Alemania Destino Turístico. (s.f.). Sencillamente, Alemania sienta bien: salud y bienestar. Alemania. Recuperado de: <http://www.germany.travel/es/ocio-relax/turismo-de-salud-belleza/salud-y-bienestar.html>

Alemania Destino Turístico. (s.f.). Viajes de salud en Alemania: ¡Bienvenido al país donde los tratamientos curativos son una tradición!. Alemania. Recuperado de: <http://www.germany.travel/es/ocio-relax/turismo-de-salud-belleza/estaciones-termales-y-balnearios/balnearios-y-talasoterapias.html>

Alfaro, F, R. (20 de Julio de 2010). Turquía y sus huellas.[Mensaje en un blog] Recuperado de: <http://turquiaysushuellas.blogspot.com/>

Altum. (s.f.). Tailandia: Spas de ensueño. Tailandia. Loop interactiva. Recuperado de: <http://www.altum.es/articulos/asia/tailandia/tailandia-spas-de-ensue-o/>

Anónimo, (2012). Antiguo Baño, Bañarse en tiempos de los griegos y romanos, Crítica. *E-Centro* [Versión electrónica]. Brasil: centroartigo, http://centrodeartigo.com/articulos-enciclopedicos/article_97476.html

Anónimo. (s.f.). *Baños Públicos Romanos (Termas)* Coordinadora para la defensa de el molinete. España. Recuperado de <http://coordinadoramolinete.wordpress.com/el-molino/termas/>

Anónimo. (s.f.). Guías para viajeros 101 viajes. Barcelona, Es. <http://www.101viajes.com/Roma/Termas-Caracalla>

Anónimo. (s.f.). International spa association. Kentucky. <http://www.experienceispa.com/>

Aqui O Thermes. (2009). Resorts y Spas En Aquitania. Francia. Recuperado de: <http://www.aquithermes.fr/thermalisme-sud-ouest/station-thermale-dax-aquitaine>

Aragón, V. (2008). Italia, paraíso termal. Italia. Recuperado de: <http://sobreitalia.com/2008/07/20/italia-paraíso-termal>

Aromaterapia. (2015). ¿Qué es la aromaterapia?. Perú. Recuperado de <http://www.aromaterapia.com.pe/es/articulos-aromaterapia/que-es-la-aromaterapia>

Aromaterapia Esencial. (2014). México, *Aceites esenciales* Recuperado de <http://www.aromaterapiaesencial.com.mx/productos/aesencialesn.html>

Bolis, M (2001). *El Turismo de Salud En América Latina, y el Caribe de habla inglesa*. España: Recuperado de: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20de%20salud/TURISMO%20DE%20SALUD%20EN%20AMERICA%20LATINA%20Y%20CARIBE%20DE%20HABLA%20INGLESA.PDF>

Camargo, B. (2011). *Las Envolturas Corporales y sus Aptitudes Terapéuticas*. Chile: Sano y Natural Recuperado de: <http://sanoynatural.cl/contenidos/las-envolturas-corporales-y-sus-aptitudes-terapeuticas/>

Castro Álvarez, U. & López Córdoba J. H. (2010, septiembre). DESARROLLO REGIONAL Y TURISMO: REVISIÓN HISTÓRICO ESTRUCTURAL DE LA RIVIERA NAYARIT, MÉXICO. *TURyDES revista de investigación en turismo y desarrollo local*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/08/calc.htm>

CBI Ministry of foreign Affairs. (2014) Ficha informativa sobre producto del CBI: Turismo de bienestar en Latinoamérica para los mercados de Francia, Alemania, Italia y el Reino Unido. Recuperado de: http://www.cbi.eu/system/files/marketintel_documents/2014_pfs_wellness_tourism_-_spanish.pdf

CBI Ministry of foreign Affairs. (s.f.). *Ficha informativa sobre producto del CBI Turismo de bienestar de residentes de la UE*. Recuperado de: <https://www.cbi.eu/sites/default/files/study/producto-informativa-wellness-turismo-europe-turismo-2013.pdf>

Centriitalia News. (2014). Terme: rapporto Federterme a Thermalia. Presidente Pecci, "c'è rinnovato interesse per stazioni termali ma difficoltà per terme che non hanno saputo interpretare cambiamento stili di vita clientela". Italia. Recuperado de: <http://www.centritalianews.com/terme-rapporto-federterme-a-thermalia-presidente-peccice-rinnovato-interesse-per-stazioni-termali-ma-difficolta-per-terme-che-non-hanno-saputo-interpretare-cambiamento-stili-di-vita-clientela/>

Cibeira.(2014). *Las aguas termales y sus propiedades curativas*. Argentina. Recuperado de: http://www.geosalud.com/aguas_termales/aguas_termales.htm.

Cisneros, L. (2000). *Antecedentes Históricos del Turismo* (monografía) Universidad de La Habana, Cuba. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/antecedentes-historico-del-turismo/antecedentes-historico-del-turismo.pdf>

Conseil Régional d'Aquitaine. (2007). *Economie du tourisme*. Francia. Recuperado de: http://www.tourisme-aquitaine.fr/upload/Plaquette_tourisme_Fr.pdf

Consejo De promoción Turística de México (2010) *Turismo de bienestar de México: bienestar*. México. Recuperado de: <https://www.visitmexico.com/es/salud/bienestar/spas>

Consejo de Promoción Turística de México (2013) *México: tratamientos*. Recuperado de: <https://www.visitmexico.com/es/salud/tratamientos>

Consejo de Promoción Turística de México (2012) *Clusters Médicos en México*. Recuperado de: <https://www.visitmexico.com/es/salud/hospitales/clusters-medicos-en-mexico>

De la Rosa, R. (2012, 14, 12) *Turismo de Salud*. [web log post]. Recuperado de <http://tuespacio.com/blogs/turismo-de-salud/>

Diariocalledelagua.com. (2014). *Marraquech acogerá la 8ª edición de la cumbre Global Spa&Wellness*. España. Recuperado de: http://www.diariocaldedagua.com/noticias_detalle.asp?id=6664&c=1

Dinero. (2015). *Puede generar alianza más de un millón de turistas a México*. México. Recuperado de: <http://www.dineroenimagen.com/2015-05-27/56125>

Doninigodearagon.com. (s.f.). *Sauna de vapor cromoterapia*. España. Recuperado de: <http://www.doninigodearagon.com/wellness-spa-sauna-vapor-cromoterapia.php>

Echezuria, R. (2 de diciembre 2012). *El Estrés: Enfermedad del siglo XXI* [Mensaje en un Blog]. Recuperado de: <http://estres-enfermedad-del-siglo21.blogspot.com/>

Elonce.com. (2014, 09,04). *El “turismo de bienestar” empuja el crecimiento del sector a nivel internacional*. Elonce.com. Recuperado de: <http://www.elonce.com/>

Economía Mediterránea. (2008). *Túnez desarrollo turístico basado en el bienestar*. Recuperado de: <http://www.gruposca.com/pdf/publicaciones/dm-47-pp-economia.pdf>

El Espectador. (2015). *“No más senos de silicona para las adolescentes”*. Colombia. Recuperado de: <http://www.elespectador.com/noticias/salud/no-mas-senos-de-silicona-adolescentes-articulo-553544>

Escuela de organización industrial.(2013) *Turismo de salud en España*. España. Recuperado de: http://www.minetur.gob.es/turismo/es-ES/PNIT/Eje3/Documents/turismo_salud_espana.pdf

Espacio Sofros. (2005) Lugar libre de estrés. <http://www.lugarlibredeestres.org/innovacion-turismo-y-bienestar/producto.html>

Explorando México (2000-2015) *Temazcal, Ritual de relajación en México*. México. Recuperado de: <http://www.explorandomexico.com.mx/about-mexico/5/225/>

Fagundo, J., & Gonzalez, P. (s.f.) Historia del Desarrollo del Termalismo y Termalismo Moderno. V. Santamaria (presidencia). Centro Nacional de Termalismo, Cuba. Recuperado de: <http://www.fagundojr.com/documentos/Conferencia%201.pdf>

Federación Española de Municipios y Provincias. (2009). *Nueva marca para promocionar el turismo en las entidades locales con aguas minerales y termales*. España. Recuperado de: <http://www.femp.es/Portal/Front/ContenidoDetalle/ N1w1oXtNSY0NK3fbzNCuwHZx5KX2XWks NJr1juucZdGovl0zylLhr92cK W3A J5klqWLnJlx5xSUfVt qaOJIHqCCY8xmmZF7tfmjapBBA>

Federturismo Confindustria. (2009). Nuovi percorsi di formazione continua termale “su misura”, su standard nazionali, anche per gli operatori stagionali. Italia. Recuperado de: <http://www.federturismo.it/area-stampa/notizie-dai-soci/233-federterme?start=56>

Fernandez, G. (2014, 09, 06). Taller - retiro de chamanismo, toltequidad y temazcales en Catalunya [Web log post]. Recuperado de <https://movimientochamanico.wordpress.com/tag/temazcal/>

Fidesz.Hu. (2014). 31 millones de visitantes el año pasado, los balnearios caseros adoptados. Hungría. Recuperado de: <http://www.fidesz.hu/hirek/2014-08-01/31-millio-latogatot-fogadtak-tavaly-a-hazai-furdok/>

Gilbert, A. (2001) *Las Aguas Termales y sus propiedades curativas*. Mexico: Geosalud Recuperado de: http://www.geosalud.com/aguas_termales/aguas_termales.htm

Guías para viajeros 101 viajes. (s.f). Barcelona España. Recuperado de <http://www.101viajes.com/Roma/Termas-Caracalla>

Halpenr, M. (s.f) ¿Qué es ayurveda? Principios y prácticas milenarias de sanación. *California College of ayurveda*. Recuperado de <http://www.escuelaayurveda.com/recursos/articulos/introduccion/principios>

Hosteltur. (2013). El turismo termal atrae a 2,7 millones de turistas. España. Recuperado de: http://www.hosteltur.com/112320_turismo-termal-atrae-27-millones-turistas.html

Inprotur. (2015). *Turismo de bienestar en Argentina*. Argentina. Recuperado de: <http://www.hosteltur.com.uy/>

Invitalia. (2009). Italia Turismo e Federterme insieme per il Wellness termale. Italia. Recuperado de: <http://www.invitalia.it/site/ita/home/articolo251.html>

La Información. (2011). Alemania potenciará este año el turismo de salud porque es el que más riqueza genera. España. Recuperado de: http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/publicidad/alemania-potenciara-este-ano-el-turismo-de-salud-porque-es-el-que-mas-riqueza-genera_aU9vHdilHqgF7UtkRiCOs6/

La Razón. (2009). El turismo de salud la gran apuesta del norte de África. España. Recuperado de: http://www.larazon.es/detalle_hemeroteca/noticias/LA_RAZON_84252/el-turismo-de-salud-la-gran-apuesta-del-norte-de-africa#.Ttt1ysjrHCXqFOE

La Stampa Trabajo. (2014). L'Italia riscopre il fascino delle terme. Il turismo del benessere vale 750 milioni. Italia. Recuperado de: <http://www.lastampa.it/2014/11/15/economia/lavoro/litalia-riscopre-il-fascino-delle-terme-il-turismo-del-benessere-vale-milioni-tTs9pXGzo9pFCr2e0tlQGM/pagina.html>

Latrufanegra.com. (1999). ¿Qué es una ducha vichy?. España. Recuperado de: <http://www.latrufanegra.com/es/blog/22-spa/538-ique-es-una-ducha-vichy>

León, R & Coronado, E.(2007) *Análisis de la Situación Actual Del Sector de Estética* (Tesis de posgrado). Universidad de La Sabana, Cundinamarca, Colombia. Recuperado de: <http://intellectum.unisabana.edu.co:8080/jspui/bitstream/10818/6865/1/125432.pdf>

Marquez, A., Ocampo, J. (2009) La Riviera Nayarit: una vista general sobre su desarrollo.

Topofilia:Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora. Volumen I, Número Tres, Abril de 2009. Recuperado de:<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:G-bXxydNEvsJ:148.228.173.140/topfiliaNew/assets/coloquio09marquez-ocampo.pdf+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk>

Martínez O. (2014). Indicadores de sustentabilidad turística en la Riviera Nayarit (Proyecto) Instituto tecnológico de Tepic. Tepic mx. Recuperado de: http://www.observatorioturistico.org/cenDoc/8c78e-OMartiez_presentacion ICTUR2014.pdf

Mendoza Ontiveros, M. M., Monterrubio Cordero, J. C. & Fernández Aldecua, M. J. (2011). Impactos sociales del turismo en el centro integralmente planeado (cip) bahías de Huatulco, México. *Gestión Turística*, (15) 47-73. Recuperado de <http://redalyc.org/articulo.oa?id=223318904003>

México Spas.(2010).*Spas*. Ciudad de México: Visit México. Recuperado de: <http://www.visitmexico.com/es/salud/bienestar/spas>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2013). Impulso al turismo de bienestar para incrementar el empleo y los ingresos del país. Colombia. Recuperado de: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=6280&d>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2013). *Plan de negocios para el subsector de Turismo de Bienestar en Colombia Resumen ejecutivo*. Colombia. Recuperado de:

http://www.anato.org/images/stories/Comunicados_2013/Circulares/resumen%20plan%20turismo%20de%20bienestar.pdf

National Geographic (2013). Los mejores balnearios de Europa. National Geographic España. Recuperado de: http://www.nationalgeographic.com.es/articulo/viajes/actualidad_viajera/8499/los_mejores_balnearios_europa.html?_page=2

_Notisem. (2013). *Turismo de Salud*. México. Recuperado de: <http://embamex.sre.gob.mx/iran/images/PDF/notainformativaturismomedico.pdf>

Pedroso, I, M. (2011). Escuela de Hotelería y Turismo “Hermanos Gómez” Centro de Información y Documentación del Turismo (CEDITUR). Camagüey. Recuperado de: http://www.ceditur.cu/content/productos/otros-productos/perfil_tur_salud.pdf

Periódico Oficial Órgano del Gobierno del estado de Nayarit.(2009). *Programa estatal de desarrollo turístico* (025). Recuperado de: http://www.nayarit.gob.mx/transparenciafiscal/rendiciondecuentas/programas/2008/programa_desarrollo_turistico.pdf

Periodico Oficial Organo del Gobierno del estado de Nayarit.(19,03,2012). *Programa estatal de desarrollo turístico* (037). Recuperado de: http://www.nayarit.gob.mx/gobierno/PED_20112017.pdf

Portafolio. (2014). *Turismo de Bienestar, fuente de exportación*. Colombia. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/especiales/portafolio-21-aniversario/turismo-bienestar-fuente-exportacion>

Proexport. (s.f.) Proexport Colombia. Bogotá Colombia. Recuperado de: <http://www.proexport.com.co/actualidad-internacional/turismo/crece-la-participacion-del-turismo-de-bienestar-en-la-industria-mundial>

Procolombia. (s.f.) *Crece participación del turismo de bienestar en la industria mundial*, Colombia. Recuperado de: <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/turismo/crece-la-participacion-del-turismo-de-bienestar-en-la-industria-mundial>

Programa de Transformación Productiva. (2013), *Sector Turismo Bienestar Incrementará empleo e ingresos del país*. Recuperado de: <https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?conID=311&catID=1>

Programa de Transformación Productiva (PTP). (2014). *Memorando de entendimiento entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia y el Ayuntamiento de Ourense sobre cooperación en el sector de bienestar - termalismo, spa-centros de bienestar y talasoterapia*. Colombia. Recuperado de: <https://www.ptp.com.co/documentos/memorando%20bienestar.pdf>

Programa de Transformación Productiva (PTP). (2014). Colombia aprende de España sobre termalismo para aumentar turismo. Colombia. Recuperado de: <https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=1&conID=1108>

Observatorio Turístico de Comunitat Valenciana. (2011). *TURISMO DE SALUD EN LA COMUNITAT VALENCIANA*. España. Recuperado de: https://observatorigata.files.wordpress.com/2012/10/turismo_salud_en_la_cv_2011.pdf

Organización Mundial del Turismo. (2008). *Entender Turismo: Glosario Básico* OMT. Recuperado de: www.media.unwto.org

Ramírez. R., (2013). Turismo activo y bienestar en la costa norte de marruecos. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <http://www.bloghalconviajes.com/2013/09/turismo-activo-y-bienestar-en-la-costa-norte-de-marruecos/>

SECTUR. (2013). 1er Informe de labores 2012 - 2013. Recuperado de www.sectur.gob.mx/PDF/PlaneacionTuristica/Prosectur-2013_2018.pdf

Sedlatschek, C (2011) *El Estrés: Definición y Síntomas* [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://osha.europa.eu/es/topics/stress/definitions_and_causes

SENA (2014). Alianza con España para el turismo de bienestar. Colombia. Recuperado de: <http://www.sena.edu.co/sala-de-prensa/escrita/Paginas/Noticias/Alianza-con-Espana-para-el-turismo-de-bienestar.aspx>

Spa Unimsalud. (s.f.). Jacuzzi. Colombia. Recuperado de:
<http://www.spaunimsalud.com/index.php/spa-bogota/jacuzzi-bogota>

Spa Grand Velas. (s.f.). Rituales de Spa. México. Recuperado de:
<http://vallarta.grandvelas.com.mx/spa/rituales-de-spa.aspx>

Rossi. S(2010) *Qué es la fangoterapia*. Latinoamerica. Recuperado de:
<http://www.imujer.com/salud/2010/08/15/que-es-la-fangoterapia>

Termatalia. (2014). Colombia y España, aliadas en turismo de bienestar. Recuperado de:
<http://www.termatalia.com/not.php?id=421>

Turismo, Gobierno del estado de Nayarit, (2012) *Nayarit en cifras*. México. Recuperado de: <http://turismonayarit.mx/pdf/estadisticas.pdf>

Torres, J.I. (2003). *Conceptos Fundamentales del Turismo*: Perú. Recuérado de:
http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf

Turismo con destino. (s.f.). Turismo de Bienestar. Budapest. Hungría. Recuperado de:
<http://portales.puj.edu.co/ftpcentroescritura/Recursos%20C.E/Estudiantes/Referencia%20bibliogr%C3%A1ficas/Normas%20APA%20Sexta%20Edici%C3%B3n.pdf>

Turizmus.com. (2011). Más por venir servicios balnearios próximos años soportados. Hungría. Recuperado de: <http://turizmus.com/fokusz/tobb-jut-jovore-a-gyogyfurdok-tamogatott-szolgalatasaira-1101861>

Turkei. (s.f.). Información de la turca Consulado General en Berlín. Alemania. Recuperado de: http://www.mbdonline.de/content_2.htm

TurisTIC. (2013). Turis TIC innovación en turismo. Recuperado de
<http://turistic.co/servicios/producto-turistico>

Universia México. (4 de julio de 2013). México es el país con más alto índice de estrés. Universia México. Recuperado de

<http://noticias.universia.net.mx/en-portada/noticia/2013/07/04/1034482/mexico-es-pais-mas-alto-indice-estres.html>

Vitedolor.com. (2012). Masoterapia, masajes corporales. Recuperado de <http://vitaedolor.com/tratamiento-del-dolor/masoterapia/>

15. Glosario

Aceites esenciales: Son las sustancias aromáticas y representan la energía vital de las plantas, son el pulso del mundo y quizá la sustancia de la vida. Este pulso fue creado para entregar a cada célula del organismo energía y nutrientes para reforzar las habilidades de regeneración, fuerza y protección. (Aroma terapia esencial, 2014).

All Inclusive: Todo incluido, en materia de turismo y viajes es un régimen de estancia que significa que dentro del servicio contratado el hotel, hostel o similar, incluirá dentro del precio pagado por el consumidor, alojamiento, el desayuno, de cada uno de los viajeros, el almuerzo la cena y todas las bebidas que el cliente desee disfrutar. (Consumoteca, 2015)

Duchas filiformes: Aplicaciones de agua minero- medicinal con presión que presenta una gran variedad de modalidades y se diferencian por la forma en que suministran, el grado de presión y la temperatura. Se utiliza principalmente en afecciones de tipo dermatológico. (Balnearios de España, 2014)

Duchas Vichy: Son aquellas que combinan las bondades del agua que brinda la ducha y los beneficios que otorga la técnica del masaje dado por un profesional, primero se inicia con rápidos chorros de agua caliente seguidos de los chorros de agua fría mientras que el especialista realiza el masaje, pueden durar entre 25 y 50 minutos y suelen ser acompañadas de aromaterapia, además la ducha es uno de los mejores procesos de

hidroterapia puesto que al estar en permanente contacto con el agua, el cuerpo se renueva provocando estímulos térmicos y mecánicos (Latrufanegra.com, 1999).

Fangoterapia: Es el tratamiento de algunos padecimientos por medio de aplicación de barro, arcilla y fango. Se aplica el fango en el lugar que sea necesario ayudando a aliviar dolores corporales, mejorar el tono de la piel, prevenir el reumatismo y la artritis, así como también las articulaciones. (La Dosis, Medicina alternativa, 2012.)

Guianza: Conducir, dirigir o enseñar a los visitantes lo más destacado de un lugar representativo o un atractivo turístico.

Jacuzzi: Dados los numerosos chorros de agua que salen a presión de tubos llamados “jets”, con una temperatura cálida que brinda al cuerpo relajación muscular, reactiva la función celular y mejora la apariencia de la piel, el tiempo, generalmente se acompaña de sales marinas y esencias aromáticas. (Spa Unimsalud, s.f.).

Pulverizaciones: Técnica inhalatoria de agua termal en el que las gotas de agua mineral medicinal es muy mínima. Las diminutas gotas de agua termal se posan y bañan las vías respiratorias superiores, actuando de forma específica en afecciones de garganta, las amígdalas y faringe. (Balnearios de España, 2014)

Vapor con Cromoterapia: Esta actividad consiste en utilizar vapor y los diferentes colores para tratar enfermedades físicas y trastornos emocionales, los colores tienen la capacidad de calmar, inspirar, excitar, equilibrar o alterar nuestras percepciones, todo solo a través del sentido de la vista. Este tratamiento también es acompañado de aromaterapia, principalmente el aroma a eucalipto, puesto que la combinación del vapor y el aroma ayudan a descongestionar las vías respiratorias, otros beneficios sería la limpieza de toxinas de los poros, hidratación de la piel y estimulación de la circulación sanguínea. Los colores más utilizados son los encontrados en el arco iris y producen diferentes efectos en el organismo (Doninigodearagon.com, s.f.).

16 ANEXOS

Entrevista a Terapeuta Spa Hotel Marival

Nombre: Araceli Romero Ibarra **Edad:** 23 años **Ocupación:** Terapeuta Spa

Pregunta: ¿Hace cuánto tiempo trabajas aquí?

Terapeuta Araceli: Un año

Pregunta: ¿Por qué decidiste trabajar en este sector?

Terapeuta Araceli: Porque trabajé aquí antes pero como Valet Spa hace como 5 años entonces yo era la chica que anda en las áreas, me interesó y me gustó y decidí estudiar lo que necesitaba para dedicarme a esto.

Pregunta: ¿Dónde te capacitaste?

Terapeuta Araceli: Aquí en México, en Nayarit con una capacitadora no particular, pero no es una escuela, es un agente capacitador que capacita y certifica y por medio de esto ya podemos trabajar.

Pregunta: ¿Por medio de que ente las certifican a ustedes? ¿Es alguna entidad estatal?

Terapeuta Araceli: Es una organización gubernamental y se llama Secretaria de Trabajo y Previsión Social.

Pregunta: ¿Aproximadamente cuántas personas atiende en un mes?

Terapeuta Araceli: Varía mucho depende de la temporada, en esta temporada aproximadamente son como 3 personas al día, entonces son como 90 al mes.

Pregunta: ¿De qué nacionalidades son las personas que atiende normalmente?

Terapeuta Araceli: Normalmente son canadienses, americanos y mexicanos.

Pregunta: ¿Has trabajado en otros Spa de la región, cuántos y cuáles?

Terapeuta Araceli: Si, aquí en el Spa Marival, en Melange, en Intramar Spa en el otro Marival, En Reiky de Mare en Punta de Mita y en Wall Fish and Bar en Vallarta.

Pregunta: ¿Cómo conseguiste el trabajo?

Terapeuta Araceli: Mi primer acercamiento fue una amiga de mi mamá, ella trabajaba aquí de terapeuta ya no y ella fue la que me acerco y ya yo decidí seguir estudiando y dedicarme a esto.

Pregunta: ¿Cómo es la forma de pago y cada cuánto te pagan?

Terapeuta Araceli: Nosotros somos comisionistas y nos pagan cada quincena, dependiendo de los servicios que tengamos son los montos que ganamos, varía mucho.

Pregunta: ¿Las personas de tu familia se desempeñan también en este tipo de servicios o sector o son diferentes?

Terapeuta Araceli: No.

Pregunta: ¿No lo hiciste porque digamos fuera como herencia familiar?

Terapeuta Araceli: No, fue por mi gusto.

Pregunta: ¿En tu cargo que servicios prestas?

Terapeuta Araceli: Masajes, tratamiento corporales, faciales envolventes, manicure, pedicura.

Pregunta: ¿Si se terminara tu trabajo aquí en este Spa seguirías trabajando en lo mismo?

Terapeuta Araceli: Si

Pregunta: ¿Te gustaría hacerlo a domicilio o te involucrarías con una empresa?

Terapeuta Araceli: Yo creo que me involucraría con una empresa.

Muchas Gracias.

Entrevista a Valet Spa del Hotel Marival

Nombre: Sandra

Edad: 21 años

Ocupación: Valet Spa

Pregunta: ¿Hace cuánto trabaja en el sector en referencia de Spa o alrededor de estos?

Valet Sandra: Hace un año y siete meses

Pregunta: ¿Por qué decidió trabajar en el sector? Por qué con Spa?

Valet Sandra: Yo sinceramente no conocía nada de spa antes de entrar a trabajar aquí, necesitaba trabajar y vi la oportunidad.

Pregunta: ¿Pero te gusta tratar a la gente y así?

Valet Sandra: Si

Pregunta: ¿Aproximadamente cuantas personas que vengan específicamente a estos tratamientos atiende al año o mensualmente?

Valet Sandra: Son muchísimas, eso depende de las temporadas, en los meses de noviembre, diciembre, enero y febrero es cuando recibimos más gente.

Pregunta: ¿Y de qué nacionalidad?

Valet Sandra: Sobre todo son americanos y canadienses, pero en la próxima temporada que es Semana Santa también se reciben muchos mexicanos, mucha gente nacional igualmente en los meses agosto y junio que son vacaciones de verano.

Pregunta: ¿Aparte de este Spa has trabajado o donde has trabajado que tenga que ver con esto?

Valet Sandra: Únicamente acá.

Pregunta: ¿Cómo conseguiste el trabajo?

Valet Sandra: Tengo un familiar trabajando aquí, ella me dijo que había un puesto vacante que si me interesaba y me presenté y me dieron la oportunidad y aquí estoy.

Pregunta: ¿Cada cuánto les pagan y cómo?

Valet Sandra: Mi me pagan cada semana, eso es dependiendo el puesto que tengas te pagan, y me depositan en una tarjeta.

Pregunta: ¿De tu familia, de tu entorno o quienes aportan económicamente a tu familia en que otro sector trabajan, en el mismo o en otro?

Valet Sandra: No, trabajan en otros sectores que no tienen que ver con el sector Spa masajes y eso.

Pregunta: ¿De esta actividad tu únicamente ubicas a los clientes y así?

Valet Sandra: Mi trabajo es atención al huésped y la limpieza general del Spa.

Pregunta: Si por algún motivo llegaras a quedarte sin trabajo aquí en el Spa, ¿buscarías en el mismo sector, te gustaría entrar como valet en otro lugar o harías una actividad diferente?

Valet Sandra: Si se me diera la oportunidad de entrar igual como valet lo haría y si no habrá que mirar la necesidad de buscar otro.

Pregunta: ¿Para conseguir este trabajo tu tuviste que capacitarte o estudiaste en alguna parte?

Valet Sandra: Para entrar a este trabajo aquí me capacitaron, una pequeña capacitación de 2 semanas. Primero entre a trabajar y cuando ya estuve laborando ya fue cuando empezaron a darme la capacitación.

Muchísimas Gracias.

Entrevista a la Gerente del Spa del Hotel Grand Velas Riviera Nayarit

Nombre: Silvia Velasco

Pregunta: Queremos saber un aproximado de las personas que atienden en un año en el Spa.

Gerente: Más o menos como 1500 personas por mes.

Pregunta: ¿De qué nacionalidades son las que más reciben?

Gerente: Huéspedes americanos, canadienses y nacionales.

Pregunta: ¿Hay algún apoyo por parte de las entidades estatales o el gobierno para fomentar el turismo el turismo de bienestar que apoye a las empresas, spas y todo esto para prestar sus servicios o el capital es únicamente privado?

Gerente: Mira, por ejemplo en este sentido el Grand Velas su dueño es un mexicano y la inversión y todo es de él, en cuanto a cuestión de promoción los intereses son variados porque el hotel como hotel, como cadena, porque esta Riviera Nayarit, Riviera Maya y estas otros dos hoteles más aquí en Puerto Vallarta, se hacen muchas citas y viajan mucho a Canadá y Estados Unidos, ahora justo con Colombia, Argentina estamos haciendo esas negociaciones porque antes no pero ahora si se están haciendo varias visitas de hecho va a haber una cena en Colombia en mayo y va a ir el Chef de aquí para hacer la cena allá, entonces como despertando ese mercado que también tiene muy buen potencial.

Mucha de esa inversión la hace el hotel por el interés de traer el cliente para acá pero con Richard Zarkin, ellos cuando traen mucha gente que viene a través de esta asociación lo trae con nosotros para que conozca lo que Riviera Nayarit ofrece y lo que tiene, entonces nosotros siempre estamos como en apertura a que toda la gente que

viene direccionada con nosotros de repente les damos la experiencia spa o el circuito hidrotermal o les damos un masaje o visitas de familiarización como ustedes conocen los FamTrip.

Si se fijan siempre estamos abiertos, por ejemplo me decía el chico “Oye que van a ir aquí con precio especial” por supuesto que sí, “oye que quieren conocer las instalaciones” por supuesto que sí, siempre estamos muy abiertos y cuando ellos piden por parte del hotel o de la hotelería siempre se da, y nosotros para con ellos también, creo que hay una fusión muy interesante ahí de apertura porque aquí la cosa es Ganar-Ganar, posicionar la Riviera Nayarit, entonces ellos quedan bien cuando se vea todo lo bonito que se ha hecho y nosotros pues nos ocupamos de ellos, la verdad que sí.

Pregunta: ¿Hay alguna asociación que reúna a los spa, algún clúster o algo así por el estilo que los asocie o son como muy independientes?

Gerente: Hay una asociación la ISPA, eso es en Estados Unidos y es a nivel mundial, y se hizo una en México pero no sé si hubo intereses diferentes y no funcionó. Aquí con nosotros estamos como independientes, nosotros lo que hacemos es apoyarnos por ejemplo con las líneas, ejemplo las líneas de productos que nos hacen capacitaciones, viajes y demás con ellos y las gerentes nosotras somos amigas, pero así como tal que nos regule una asociación en Vallarta, Riviera Nayarit no hay, creo que en Cancún esta la Cofrempris, pero que ellos más bien van y revisan como estándares, regulamientos, reglas y demás. Pero como tal en México no hay.

Pregunta: ¿Los empleados que tiene el spa son del estado o del país? Y ¿Qué requisitos de educación tienen ustedes?

Gerente: Depende, porque nosotros tenemos los Valets, que fueron los que los atendieron a ustedes en el circuito, tenemos las recepcionistas, tenemos los terapeutas, tenemos los instructores del gimnasio, los instructores de las clases, entonces dependiendo, porque por ejemplo por lo menos en el pasado era la secundaria ahora

piden hasta preparatoria, inclusive para los niños que le dieron la atención a ustedes. Que digamos que todos son importantes, todos porque gracias a la función del equipo es que esto funciona, brilla ¿no?, pero ellos inclusive es por lo menos secundaria y en muchas ocasiones hasta preparatoria y conocimiento básico del inglés.

Pero por ejemplo si se van a una recepcionista tiene que tener preparatoria o universidad o si van a una terapeuta ellas tienen que tener universidad, ellas tienen que tener la carrera de cosmetólogas, de cosmeatras o tener certificados que avalen que ellas han estudiado un cierto número de horas, porque nosotros no podemos poner en riesgo al cliente que nos da lo máspreciado que es su cuerpo, un moretón, una mancha, una torcedura, lo que sea no, entonces la persona ya viene es cosmetóloga, es cosmeatra, es terapeuta, ya tiene el respaldo, ya tiene sus certificaciones y demás, entonces aparte de eso les pedimos 15 días para que se aprendan ellos los estándares, los protocolos, los rituales de bienvenida, después de esos 15 días empiezan con una capacitación de todo lo que son nuestros masajes y de ahí corre hasta un mes, dos meses, tres meses hasta un año, dependiendo porque si ellas van haciendo las entregas. Tu vienes me dices soy cosmetóloga, acabo de salir de la universidad ya vengo a trabajar a que padre no, es decir tu llegas te hago evaluación primero, háblame de este tipo de masaje, ahora este, ahora este, ya; terminas esto y ahora tiene presencia, tiene presión, tiene aquí, los conocimientos, como se llama, todo en técnico, porque tú nunca sabes si un cliente te lo va a preguntar y yo no puedo correr el riesgo de que ha bueno hace un masaje maravilloso pero no sabe cómo se llaman las partes del cuerpo, pues no. Una chica que hace faciales que tiene que conocer exactamente qué tipo de piel, las capas de la piel que tenemos, si tiene rojo – ah esta rojito – no como se llama, tiene que saber cómo se llama esa zona rosada, o sea cada cosa por su nombre. Debemos de vernos bien profesionales, entonces ahí con las terapeutas si somos muy exigentes, muy delicados, muy específicos con lo que queremos, con ellas sí y llevan una capacitación muy extenuante todas las chicas hasta que dominan: el masaje ya lo domina a bueno, aquí con esos estándares y con esos protocolos.

Tu entregaste ese servicio muy bien, ya está, se mete la chica que es la terapeuta máster con ellos a la cabina, entonces te está dando el servicio aquí y ella está haciendo un levantamiento, te flato aquí, te fallo aquí, y hasta que ella cumple con todo, ella puede salir al cliente a hacerle el servicio y así con todos los que tenemos que son como 36.

Pregunta: ¿Y con las nuevas tendencias, cuando hay alguna otra oportunidad de otro masaje o que ustedes encuentren alguna otra oportunidad ustedes los capacitan sobre eso para que ellos puedan aplicarlo?

Gerente: Mira nosotros trabajamos con varias líneas Yermein de Capuchini, Naturalvice, básicamente son las más fuertes, entonces ¿qué hacemos? Dos cosas: 1. Nosotros oye sabes que esta el Thai es lo máximo ahorita, la reflexología, el Shiat su, el drenaje linfático, la técnica que sea, que este como de moda, buscamos a alguien que esté capacitado, preparado para tal y a través de la secretaria, para que venga y capacite, y ya ellos dan cierto número de horas y luego las prácticas y después de esas prácticas se les da el certificado y después de ello con el cliente se suma que nosotros contratemos o 2. Que la línea que utilicemos ya sea Naturalvice o Yermein. Yermein tiene una escuela en Puebla que se llama la Albada entonces ellos nos dan certificaciones de todo facial, corporal y aparatología, entonces ellas vienen con nosotros y yo hago un programa, de hecho a finales de marzo van a venir a Casa Velas y conmigo vienen en mayo, entonces nosotros hacemos, yo tengo 25 terapeutas entonces voy a meterlas en un grupo para que hagan el facial y en otro grupo para que hagan también el facial y ellas vienen como 4 días y dan toda una temática y hacen un examen y si el examen fue aprobado entonces sigue para adelante, si el examen no fue aprobado se regresan, inclusive ellas siempre están ahí no tenemos ningún problema, están bien preparadas las chicas.

Pregunta: ¿La competencia directa del Grand Velas quién es?

Gerente: Podríamos decir en un momento dado que el Four Seasons.

Pregunta: ¿Con respecto a que cosas se equipara la competencia? ¿Qué cosas son más fuertes en cuanto a la competencia?

Gerente: Bueno Four Seasons es una cadena de muchos años, muy conocida por sus estándares y demás, nosotros Grand Velas somos una cadena bien posicionada pero relativamente nueva, sin embargo, me jacto de decir que a la cuestión de Spa, tenemos una mejor infraestructura que ellos y trabajamos muchísimo más en el detalle, ellos tienen como una ideología muy bien establecida como compañía general, pero nosotros como Spa pienso que nos hemos especializado. En ese sentido de verdad, pues estamos mejor, de hecho la gerente de allá me llama a mí para decirme si queremos hacer como un intercambio, es tanto el runrún que la gente dice del detalle, te diste cuenta te dieron una paletita de frutas o no, quizás en otros lugares te dan agua congelada, nosotros decidimos una paleta de sabores y las hacen las niñas aquí, te dimos una brocheta de frutas, las galletas especiales de grano, es mucho apapacho, te dan tu agüita de sabores preparada en el día, te dieron tu rollito caliente te pusieron pepino, entonces todo eso hace una diferencia, nosotros buscamos mucho el detalle, mucho y eso te lo digo de verdad no es competencia, en eso estamos muy bien te lo digo.

Pregunta: ¿Hay o existe alguna línea de investigación o un grupo de investigadores que ustedes tengan dentro del Spa para saber si pueden apropiarse de otros tipos de masajes o de otras modalidades para aplicarlas aquí o sencillamente están pendientes de lo que salga en las noticias o cosas por el estilo?

Gerente: Sí, lo segundo, no hay un equipo de investigaciones y todo eso no lo hay. Estas en el medio y te llega que la novedad, el curso y tu tomas porque también pueden salir muchas cosas, hay mucha tendencia por ejemplo para aparatología pero no es una parte en la que nosotros nos especialicemos o queremos tener porque a la gente le gusta mucho el contacto, porque un aparato puede ser maravilloso y si es tu propósito está perfecto y es respetable pero no es el fin nuestro, nosotros queremos más hacia el cariñito el sentirte muy en el ambiente como cálido y todo, que no nos lo da el aparato,

porque el aparato es soy yo, el aparato y el cliente, es frío, para nuestro interés, entonces no.

Pregunta: ¿Cómo es la escala salarial de los empleados con respecto a la competencia, sí están equiparados?

Gerente: Si, si porque la gente tiene años, hay terapeutas que están desde que abrimos y hablo de terapeutas porque son como el corazón del Spa, y la rotación es tan poca que yo pienso que están muy felices con lo que ganan y con el ambiente de trabajo y todo, entonces no es que te diga pobres como sufren no. Ellos ganan muy bien aparte los clientes les dejan sus propinas entonces hacen muy buenas quincenas.

Pregunta: ¿Cuántos años aproximados lleva el turismo de bienestar en Nayarit?

Gerente: En Nayarit, bueno pues nosotros llevamos 10 años acá y yo que es en los últimos años que ha crecido.

Muchas Gracias.

Entrevista a la Asistente de Ventas del Hotel Marival

Nombre: Miryam Villanueva **Ocupación:** Asistente de Ventas

Pregunta: ¿Tiene alguna información sobre el apoyo que presta el gobierno a las personas que son los propietarios, los creadores, los socios del complejo o del spa? ¿Qué inversión hace el gobierno para que el turismo de bienestar se genere en Nayarit?

Asistente: Para que se genere ese tipo de turismo el gobierno si protege, tenemos muchas áreas verdes protegidas, estas son protegidas por lo mismo, porque somos uno de los destinos con más áreas verdes turísticas, te podría decir que somos un destino

rico en áreas verdes que de hecho cuidamos mucho aquí y el gobierno tiene muchas leyes al respecto.

Pregunta: ¿Para prestar los servicios de turismo de bienestar del spa específicamente tienen alguna norma?

Asistente: Esta la norma mexicana que se usa para todos estos establecimientos no las conozco yo como persona, pero si las hay.

Pregunta: ¿En cuanto a la contratación de los empleados, es fácil encontrar el personal que tenga los conocimientos y presten los servicios aquí o toman personas nativas de aquí del lugar y las capacitan?

Asistente: No son personas que pueden venir de otros estados del país o de aquí mismo que están certificados y obviamente después de ingresar aquí la directora checa sus habilidades que tanto puede aportar aquí en el spa y algo súper importante cada año ellos se certifican, se están actualizando en los tratamientos.

Pregunta: ¿Esa capacitación se hace individualmente o es cubierta por la empresa?

Asistente: Es cubierta por la empresa.

Pregunta: ¿Cómo es el proceso de selección? ¿Es muy largo o tienen muchos filtros para el ingreso de las personas?

Asistente: Para poder entrar debe traer ya los estudios que acrediten a la persona como una terapeuta certificada y sobre eso la directora ya escoge y va viendo de cada quien las habilidades, porque igual pueden traer muchos títulos pero si realmente en la práctica no más no, pues con la pena no.

Pregunta: ¿Es decir que si piden experiencia a sus empleados?

Asistente: Sí claro, por ser el tipo de spa que somos si se pide experiencia, amplia experiencia, amplios conocimientos para poder laborar aquí.

Pregunta: ¿De los servicios que presta el spa tienen algún competidor directo, que se asemeje a los servicios que ustedes prestan o esos servicios son únicos?

Asistente: Servicios únicos no como todos los hoteles cuentan con spa, sin embargo, somos un spa de clase mundial, porque de hecho aquí en la Riviera Nayarit no encontrarán un spa que tenga cabinas diferentes como lo es este, ya ustedes lo han visto.

Pregunta: ¿El incentivo para ustedes los empleados por parte de la empresa cuál es? Como ejemplo remuneraciones en especie o cajas de compensación.

Asistente: ok, aquí bueno, como empleados de la empresa contamos con un beneficio de estar aquí, como servicio médico, tenemos también lo que es eventos exclusivamente para empleados donde se dan rifas, se dan estancias en propiedades, se da una cena, de una u otra manera la empresa nos incentiva y digamos las terapeutas, que estamos hablando de ellas, tienen ellas por sus tratamientos van por comisión, con su sueldo y comisión.

Pregunta: ¿Existe alguna agremiación en el estado que reúna a los spas o a los hoteles que tengan spa en una sola?

Asistente: Honestamente no tengo ese conocimiento, no lo creo, lo dudo porque cada spa siempre está tratando por ser el mejor, por ir adelante entonces cada empresa lucha por su propio spa que sea uno de los mejores, entonces siempre va buscando lo nuevo la tendencia más nueva o más actualizada.

Pregunta: ¿Usted cree que el destino es conocido principalmente por estos servicios de turismo de bienestar o por el sol y playa?

Asistente: El destino aquí es conocido por todo por los spas y de pronto por las áreas verdes que hay aquí.

Muchísimas gracias.

Ponencia Universidad Bahía Banderas

Tanto Puerto Vallarta como Riviera Nayarit, son destinos que comparten una misma bahía, geográficamente todo un proceso de desarrollo que es lo que queremos platicar en el día de hoy para que ustedes tomen su propia perspectiva de que pasará con esta Riviera Nayarit, porque apenas estamos empezando de este lado y esa expansión va a ser mucho más amplia, ustedes van a alcanzar a ver hasta Punta de Mita va a ser solo una pequeña parte de lo que es nuestra hermosa Riviera Nayarit.

Bien, ahí vemos básicamente es parte de la línea central donde dice Bahía Banderas- Puerto Vallarta, ese río que los separa es el Río **meta** el que ustedes cruzaron cuando venían desde el aeropuerto para acá. ¿Qué significa esto? que los lugares solo están separados por ese río y que las comunidades de Bahía Banderas y Puerto Vallarta han estado juntas por muchos años y de ahí proviene su proceso de conformación histórica muy similar.

¿Que tenemos? Recursos naturales que eso es lo que sustenta este destino turístico ya. Sus características: Tenemos una playa, un valle agrícola que es la parte plana que es donde se encuentra la mayoría de habitantes, tenemos un marco es decir estamos rodeados de sierra que es lo que nos da una característica diferente porque recibimos aire fresco de esa sierra, además el paisaje es otro de los grandes recursos que más demandan los turistas. Cuando uno va por Punta de Mita en camino a Islas Marietas se puede observar la riqueza natural que tenemos por su pasaje de selva y es un paisaje muy agradable, y a pesar del calor que hace.

Parte de esto es nuestro devenir histórico, como por ejemplo aquí había diferentes grupos que tenían su propia cultura y que habitaban aquí. Bien, ¿Que ocurre con nuestra región?: Antes que se diera el desarrollo turístico se realizaban actividades como la agricultura, pesca, en pequeña escala pero ya se llevaban a cabo este tipo de actividades porque la mayor parte de lo que se hacía era principalmente la minería, la minería se realizaba en la zona de la sierra, ese lugar lo tenemos como a unos 40 minutos o una hora de aquí Se llama San Sebastián del Oeste y está en la parte de la sierra muy cerca de Puerto Vallarta ese era el principal lugar donde la población habitaba pues se dedicaban a la extracción de plata, de repente el valor de la plata cayó a nivel internacional y se acabó la actividad de económica, entonces empezaron a buscar una nueva forma de vida en la playa y Puerto Vallarta y Riviera Nayarit empezaron a recibir mucha población turística. Pero una característica predominante es la arquitectura que consiste en que todas las personas que bajaron empezaron a construir sus casas de

manera similar y esa es la arquitectura que todavía guardamos desde hace miles de años, aún se conserva.

Ustedes podrán ver lo que fue parte del desarrollo turístico en Puerto Vallarta. Aquí podemos ver que tanto Puerto Vallarta y Riviera Nayarit tienen diferentes orígenes uno mítico y otro muy real.

Origen Mítico de Puerto Vallarta

El origen mítico de Puerto Vallarta se remonta en H.. y por la filmación de una película llamada “La Noche de la Iguana” estamos hablando básicamente de que en 1962 vinieron grandes e importantes actores como Elizabeth Taylor y así fue conocido Puerto Vallarta a nivel internacional como el paraíso perdido.

Origen real

Cuando decayó el precio de la plata teníamos una fábrica que exportaba plátano y la pesca de tiburón que también dejó de existir, ellos decían que había que buscar una nueva forma de vida y no pasamos por un proceso de industrialización eso significa que tuvimos que avanzar hasta el sector terciario y pues la belleza el paisaje con tendencias internacionales nos llevaron al turismo eso fue lo que se empezó a generar.

Bien, que tenemos entonces, Puerto Vallarta en la década de los 80 llegó a su máximo crecimiento como destino turístico llegando hasta básicamente lo que conocemos como Marino Vallarta, pero la geografía decía que hasta ahí podía crecer hacia la parte norte ya no había para donde crecer y hacia la parte sur no se puede por las condiciones geográficas: montañas, acantilados etc. Entonces el turismo no se detuvo y pasó el puente y entonces tenemos a Riviera Nayarit (Nuevo Vallarta), En ese entonces el municipio de Bahía Banderas no existía, formaba parte de Compostela otro sitio más grande, pero como todo el desarrollo se estaba dando acá, en este lado la parte sur del estado, fue que se tomó la decisión de crear el municipio de Bahía Banderas en 1981 es decir es el municipio más joven del estado, y empieza a ser Nuevo Vallarta, siempre pensado para los turistas y para su comodidad esa parte constituye la parte central de Riviera Nayarit se conoce muy poco de ella pero que se va a extender por toda la costa del estado hasta llegar a Sinaloa, pensado como uno de los corredores más grandes en este caso del desarrollo turístico del Pacífico.

¿Que recibimos?: Tenemos un pequeño problema entre Puerto Vallarta y Riviera Nayarit y no es que estemos peleando sino un problema de contabilidad, el aeropuerto está allá, la administración está allá y la central camionera está allá como se sabe cuáles turistas

van de un lado o del otro eso lleva un conflicto al momento de cifras de turistas que llegan a cada uno de los destinos ya que ellos se la pasan cruzando de un lado a otro el puente solo es la unión entre los dos esto nos da una idea de la importancia que han cobrado ambos destinos, Puerto Vallarta reconocido como el segundo a nivel nacional en llegadas de turistas después de Cancún que es nuestro primer destino, pero en este caso se suma la Riviera Nayarit como uno de los corredores más grandes. Esta contabilidad solamente se da en cuanto a ocupación de hoteles en el destino Riviera Nayarit sumados ya nos darían de repente hasta alrededor de los 2 millones de turistas que recibimos entonces una de las ofertas más grandes en la ocupación es realmente alta, al menos no se ha resentido tanto en las temporadas bajas después de nuestras crisis de inmensa, ya parece que todo se va a normalizar y de ahí tenemos una estancia promedio que se extiende de los 6 días una amplia gama de turismo en este caso de la tercera edad o turismo que se viene para acá en los meses de octubre, Noviembre y Diciembre y a veces hasta marzo se están retirando de nuestro destino. Es parte de ese turismo que viene huyendo de ese frío de Canadá y Estados Unidos que los recibimos aquí.

Vamos a ver entonces que pasa con ese desarrollo turístico o podríamos decir que ha llevado a Bahía de Banderas a constituirse como el municipio más importante después de Tepic que es la capital dentro del estado de Nayarit, eso es lo que constituye y cuenta con la mayor parte de infraestructura y servicios que ofrece la Riviera Nayarit y que están concentrados en este municipio, y esa marca de la Riviera Nayarit es muy reciente, tiene muchos proyectos de juntar los destinos al fin y al cabo están juntos, y aunque ambos realizan esfuerzos de promoción conjunta siguen estando ahí presentes y los turistas siguen visitando ambos, lo cual nos da una idea de lo que va a llegar a hacer esta Riviera Nayarit , en unos cuantos años más.

En Sayulita hay comunidades indígenas de Huicholes y Coras que bajan al destino turístico para ofrecer sus artesanías entonces se ven alrededor del pueblo realizando sus artesanías, y lo ponen a la venta de los turistas. Pero se distingue principalmente por el Surf todos saben que Sayulita es el lugar en el cual es el deporte que más se practica. Cada lugar tiene su propia dinámica como San Francisco, San Pancho.

Preguntas:

Estudiante: Por ejemplo en Colombia está el eje cafetero que se destaca por el café, En Riviera Nayarit cuál es ese destino natural de producto que es emblema?

Docente Universidad Bahía Banderas: En Riviera son dos cosas, sus recursos naturales, el recurso playa es lo principal es diferente la conformación ustedes van a

ver que cada pequeño lugar lo de las localidades turísticas, tiene su propio emblema. Sayulita: El Surf, todo el mundo que piensa en ese deporte sabe que corresponde a ese municipio, si buscan San Pancho van a encontrarse con una gran comunidad de extranjeros residiendo ahí pero que se distingue por la cultura, Hay eventos de Jazz que no se ven en otra parte conjuga toda la parte cultural hay campo de polo que raramente se ve de este lado y todo eso es lo que va generando. Pero en si la identidad se sustenta más que todo en sus grupos étnicos como el de los Coras los Huicholes que es lo que ustedes han visto, las artesanías de chaquiras, los ojos de Dios toda esa parte que ello que de identidad al municipio. Productos muchísimos afortunadamente por la región en la que vivimos hemos pensado nosotros que nos dedicamos a la investigación decimos que hay que hacer una ruta de algo como : la sandía, del mango, del maíz son demasiados los productos porque el valle agrícola es una de las zonas es una de las más fértiles de las que hay aquí entonces la verdad que la riqueza natural a veces no nos deja escoger exactamente en cual que si vamos a tener que llegar a eso pero yo creo que l producto más destacado es el de la sandía que es de exportación y que es parte del producto principal.

Pregunta Profesor Cesar: Todo el desarrollo turístico para poder conservar esta presencia y esa actividad cultural de tener una apropiación del territorio debe manejar una política de cultura turística que en este momento Bogotá está haciendo un esfuerzo por trabajar este tema de la cultura turística en la Riviera Nayarit hay esa apropiación territorial donde yo digo esto es mío yo lo quiero y con él puedo prestar un excelente servicio al turista que llega a Riviera Nayarit.

Docente universidad Bahía Banderas: Esa es una de las grandes ventajas el haberles contado acerca del desarrollo turístico que viene de aquel lado desde puerto Vallarta implica que la población estudia acá, vive allá es una movilidad de la población de un lado a todo el tiempo, pero por la amplia trayectoria de desarrollo turístico por supuesto ya la gente de aquí trae esa parte de amabilidad con el turista de querer brindar un buen servicio, porque aun la gente que no trabaja en las empresas turísticas ya trae eso es decir de reconocer la importancia lo que es el turista, lo que significa para nosotros y más cuando hemos pasado crisis como escala del 2009 que realmente nos puso a sufrir a todos y nos dimos cuenta la importancia que tiene para el turismo yo creo que eso ayudó a reafirmar esa cultura que llevamos dentro. La verdad es si existen las personas y si se trata de reforzar a través de programas tanto de la escuela como del gobierno.

Pregunta estudiante: Yo quisiera saber si dentro del programa de turismo hacen referencia en algún momento al turismo de bienestar, si hay algún espacio académico o alguna materia o líneas de investigación de ese tema.

Respuesta Docente universidad: Existe una carrera de terapia física en este caso como estamos juntos casi todo lo que se hace de trabajos donde hacen combinación turismo y terapia física e incluso gastronomía entonces esto nos lleva a obviamente que los estudiantes de turismo están en contacto y además aparte de ello las líneas de investigación de nosotros también abarca en esta área de turismo de bienestar que es uno de los que están presentando un mayor nivel de crecimiento a nivel internacional.

Pregunta estudiante: ¿Qué cantidad de estudiantes se encuentran en ese programa de turismo y aproximadamente desde cuando se creó y cuantas promociones han tenido

Docente universidad Bahía Banderas: Hay una carrera especial sin embargo el programa educativo de turismo dentro del área hotelera que hace el enfoque en el segundo año que ellos llevan hay alguna materia, una unidad completa la dedican al spa, todas las área de un spa, las funciones, los principales servicios que se ofrecen de manera administrativa nada más, porque ya meternos en esta parte de las técnicas los expertos que son lo de terapia física y respecto al número de generaciones, nuestra primera generación fue en el 2011 ya con licenciatura porque el origen de las universidades tecnológicas fue un técnico superior universitario que es una carrera que dura solamente dos años y es un título a nivel universitario pero son carreras cortas en el cual de manera inmediata el alumno se puede insertar al ámbito laboral eso fue desde que se creó el subsistema a partir del 2009 comenzamos ya para los alumnos continuaran estudiando para lograr su licenciatura y entonces nuestra primera generación que recibimos fue en el 2009 hasta el 2011 porque dura un año y 8 meses lo que les hacía falta determinar entonces la duración de todo el sistema educativo incluyendo tecu y la licenciatura tod dura 3 año y 8 meses. Entonces en total con la que va a terminar son 5 generaciones de licenciatura ya 4 egresadas y una que está a punto terminar.

Pregunta estudiante: Por ejemplo los estudiantes que tiene en la universidad don del estado o vienen de otros estados de México a estudiar.

Respuesta profesora universidad Bahía Banderas: Principalmente por la característica de ubicación geográfica la mayoría de estudiantes que tenemos son de Jalisco y de Nayarit ya que lo único que nos divide es el puente sin embargo si tenemos alumnos de otros estados y generalmente se incrementa el número de alumnos que

vienen de otras regiones a nivel licenciatura, ellos deciden hacer sus dos primeros años en otro universidad tecnológica en otro país porque allá es su origen y para continuar la licenciatura ya en un séptimo cuatrimestre se vienen con nosotros por las zona en la que estamos ubicados es un gran atractivo para ellos el que estemos aquí y la verdad nos hace privilegiados y vienen a terminar lo que les hace falta de su licenciatura y se quedan aquí radicados.

Figura 1

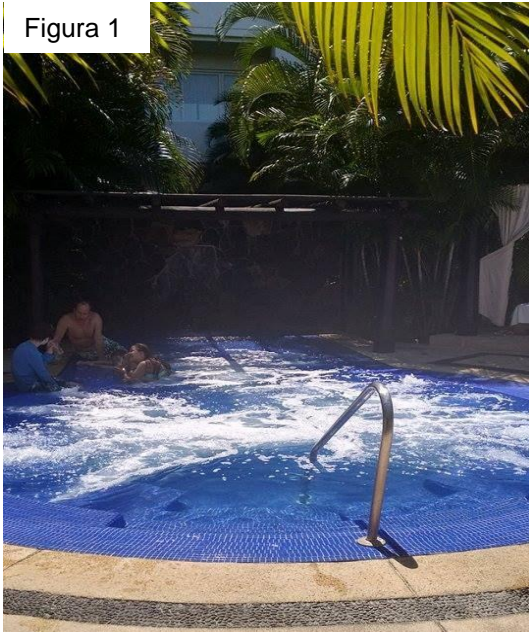


Figura 2



Figura 3



Figura 4

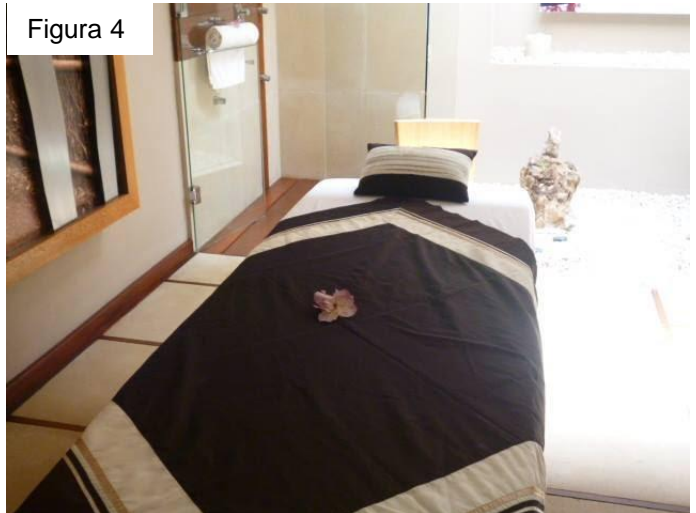


Figura 5



Figura 6



Figura 7

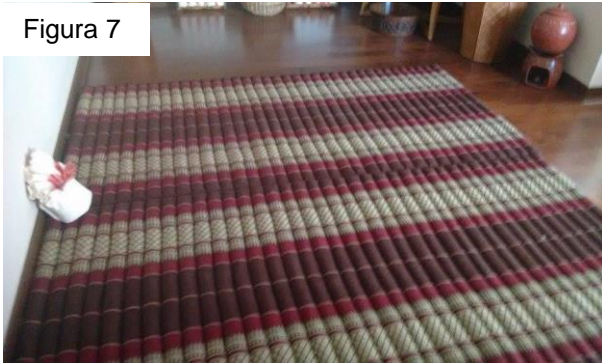


Figura 8



Figura 9



Figura 10



Figura 11



Figura 12



Figura 13



Figura 14



Figura 15

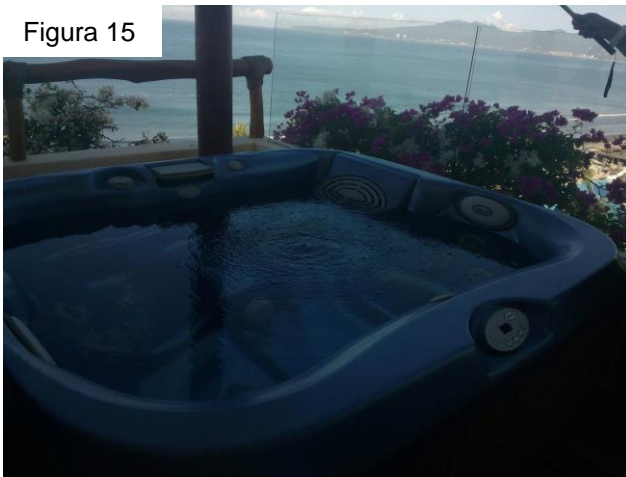


Figura 16



Figuras 1-16 Evidencia Fotográfica Trabajo de Fuente propia.